Memoria Anual

2016

Backus | Orgullosamente parte de 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 2016. Sin perjuicio de la responsabilidad que le compete al emisor, los firmantes se hacen responsables por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.

Lima, 31 de enero del 2016.

Rafael Esteban Alvarez Escobar
Gerente General

Gaby Alens Guzmán Quincho
Contadora General

Índice

3 Carta del presidente del directorio
7 Carta del gerente general
9 Nuestros 10 principios
11 Nuestro negocio
28 Nuestras operaciones
34 Nuestra gente
41 Nuestro gobierno corporativo
52 Nuestro compromiso
56 Información general y de operaciones
65 Estados financieros
71 Principios de buen gobierno corporativo
101 Reporte de sostenibilidad corporativa

Carta del Presidente del Directorio

Señores accionistas:

Gracias al gran compromiso y talento de nuestra gente, unido a la correcta ejecución de nuestras estrategias comerciales, el 2016 fue un año positivo para la Organización. Backus mantuvo un crecimiento sostenido en el mercado de bebidas lo que, sumado a un manejo eficiente de costos, permitió que la cervecería obtenga resultados económicos positivos.

Aspectos macroeconómicos

El 2016 fue un año de transición para varios países del mundo, incluyendo el Perú; sin embargo, la economía peruana logró el mayor crecimiento en Sudamérica, impulsado principalmente por la actividad minera, que experimentó un crecimiento de 20.9% debido a que los precios del cobre, a pesar de iniciar el año a la baja, se recuperaron y cerraron en alza. Por otro lado, la pesca decreció a tasas de 9%, mientras que en el 2015 había crecido a doble dígito; también decrecieron la construcción y la industria no primaria. Con todo ello, la economía peruana creció alrededor de 3.8%, superando los niveles de crecimiento del año anterior.

Perú cerró el 2016 con una inflación de 3.2%, significativamente por debajo del año anterior, pero ligeramente por encima del rango meta fijado por el Banco Central de Reserva (BCR). Los principales rubros que influyeron en este resultado son el incremento en el precio de alimentos, en especial productos agrícolas y pesqueros debido a factores climáticos; el aumento de las tarifas eléctricas residenciales, el alza de precios en los combustibles para el hogar y el alza en gastos de enseñanza estatal y privada.

El nuevo sol se apreció frente al dólar por primera vez desde el año 2012; de los cuatro incrementos de la tasa de interés previstos por parte de la Reserva Federal de EE.UU., se concretó solo uno. Como resultado, el dólar estadounidense cerró el año 2016 en S/ 3.36, por debajo del pronóstico de S/ 3.50.

El índice de confianza del consumidor se ubicó en 54 puntos en diciembre, mejorando respecto a los meses previos (50 y 49 puntos en octubre y noviembre, respectivamente), debido al optimismo estacional típico del último mes del año; sin embargo, retirando el efecto estacional, debería situarse en 51 puntos. Los hogares siguen percibiendo el incremento de la inflación, manifiestan más dificultades para conseguir empleo y se ha desvanecido el optimismo poselectoral de mediados de año.

El riesgo país del Perú cerró el año en 1.75 puntos porcentuales, frente a 2.47 en el 2015, siendo el más bajo de la región, seguido por Colombia y México. Esta disminución cobra fuerza luego de los resultados de la segunda vuelta electoral debido a la reducción sustancial del riesgo político.

Mercado cervecero

Durante el año, el mercado peruano de cervezas creció en volumen 2.1% respecto al año anterior, lográndose un volumen de 14,112 miles Hl, mientras que las ventas de Backus y su subsidiaria, Cervecería San Juan, crecieron 2.6% en volumen.

En cuanto a Backus y San Juan, el crecimiento de 3,8% en valor se generó como consecuencia de los siguientes factores:

- Variación positiva en el mix de productos *premium* y *upper mainstream* respecto de los *mainstream* y *economy*, impulsado por el crecimiento de Pilsen Callao, Cusqueña variedades y las marcas *super premium*.

- Optimización de las palancas comerciales, generando eficiencias en el uso de descuentos, bonificaciones y créditos.
- Despliegue e implementación del Proyecto Franquicias para mejorar los estándares de operación y ejecución de nuestros Distribuidores Asociados.
- Incorporación de 17.8 mil puntos de venta adicionales al padrón de atención directa.
- Mejora de la ejecución en el Punto de Venta, lo que redundó en el control del *stock out* y la mayor satisfacción de los clientes.

Aspectos económicos

En relación al estado de resultados, Backus incrementó sus ingresos brutos (netos de impuesto) en 3%. Los costos de ventas crecieron 5.3% y los gastos operacionales aumentaron en 41.5%.

Como consecuencia, el resultado operativo disminuyó en 35.5% en comparación al año anterior, alcanzando la cifra de S/ 948.2 millones. El resultado neto de impuestos ascendió a S/ 747.9 millones, 36.7% menor que el obtenido en el 2015.

Responsabilidad social y desarrollo sostenible

Backus tiene un sólido compromiso por la conservación del ambiente y el desarrollo de las comunidades locales, el cual se refleja en su estrategia de desarrollo sostenible. Dentro del marco de la estrategia "Prosperar", hasta octubre del 2016, y la estrategia *Better World*, a partir de noviembre del 2016, las principales actividades realizadas fueron:

- Continuamos con el programa regional "4e, Camino al Progreso" que busca desarrollar las habilidades empresariales y liderazgo de los bodegueros para impulsar su crecimiento como emprendedores. Se capacitó a 1,500 clientes en un primer ciclo e iniciamos el segundo ciclo con otros 1,500 que terminarán su capacitación en marzo del 2017.
- A través de "Cusqueña Telar", contribuimos con la preservación de la técnica ancestral de tejido a cintura en Cusco, fortalecimos las capacidades técnicas y comerciales de 55 artesanas, promovimos su articulación con el mercado y otros aspectos mediante la exhibición de su arte en el museo de Pachacamac y su participación en la Feria Artesanal Ruraq Maki en Lima.
- Mantuvimos el programa "Solo+18" para la prevención del consumo de alcohol en menores de edad. Durante el 2016, fomentamos la venta responsable a mayores de edad en 2,129 puntos de venta, capacitamos a 802 padres de familia y 413 maestros en estilos de vida saludables y sumamos a 33 autoridades y líderes de opinión al programa.
- En alianza con Fundación Transitemos, Ramón Ferreyros y PECSA, lanzamos la iniciativa #WazePorUnBuenCamino, que permitió alcanzar a más de 109,000 conductores quienes, mediante la descarga de la voz de Ramón Ferreyros en la aplicación Waze, accedieron a consejos de seguridad vial mientras manejaban, con lo que fomentamos conductas de manejo responsable.
- A través de innovaciones tecnológicas y optimizaciones de procesos implementados en los últimos ocho años, hemos logrado reducir nuestro consumo de agua y energía por Hl de cerveza en 34% y 27%, respectivamente.
- Seguimos sembrando y cosechando agua en San Mateo junto con la Comunidad Campesina de San Antonio, el Fondo de Agua para las Cuencas de Lima y Callao - Aquafondo, The Nature Conservancy y el Fondo de Las Américas. En el 2016 complementamos la infraestructura implementada el año anterior y adicionamos un sistema de monitoreo para verificar la mejora de calidad de los pastos intervenidos.
- Lanzamos el programa de voluntariado "Ayllu" para promover el diseño y autogestión de proyectos sociales a partir de las ideas e iniciativas de nuestros colaboradores, de los cuales fueron implementados siete proyectos.
- Continuamos nuestro aporte con la conservación del patrimonio cultural y desarrollo turístico del país.
- Seguimos trabajando en el fortalecimiento de nuestra marca corporativa.

Objetivos para el año 2017

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

- **Desarrollo del portafolio y crecimiento de las marcas**
  - Nuestro objetivo es que nuestros productos sean la primera opción de consumo, por lo que continuaremos ofreciendo un portafolio balanceado de marcas, empaques y precios que se ajusten a las diferentes ocasiones de consumo.
  - Lanzaremos nuevas propuestas en las categorías de cerveza y bebidas no alcohólicas a través de la innovación, brindando así mayores alternativas a nuestros consumidores.
  - Continuaremos desarrollando portafolios regionales de marcas, para satisfacer las preferencias de los clientes y consumidores en las distintas regiones del país.
  - Fortaleceremos el segmento *Premium* y continuaremos desarrollando el segmento *Super Premium*, buscando capturar nuevas ocasiones de consumo.
  - No cesaremos en la lucha contra el mercado informal de bebidas para proteger las categorías en las que participamos y ampliar el mercado formal potencial.
  - En suma, buscamos el aumento de penetración y la captura de nuevas ocasiones de consumo, dentro de un marco de consumo de alcohol responsable.
  - Continuaremos trabajando en hacer la cerveza más asequible, especialmente, para los sectores donde los ingresos de la población son menores.
- **Desarrollo del punto de venta**
  - Fortaleceremos nuestro Modelo de Servicio directo para poner mayor foco en la excelencia en ejecución, a través de una atención más personalizada, según la segmentación de clientes, mientras aprovechamos las oportunidades para mejorar nuestras eficiencias comerciales.
  - Continuaremos con la implementación de un Modelo de Servicio indirecto que nos permita una mayor visibilidad y acción sobre el mercado, a través de nuestros distribuidores y mayoristas que genere crecimiento rentable y sostenible.
- **Desarrollo del recurso humano**
  - Mantendremos nuestro enfoque en atraer y desarrollar talento en un mercado de constantes cambios, para fomentar capacidades gerenciales y de liderazgo, esto con el objetivo de asegurar la sostenibilidad del negocio.
  - Continuaremos aumentando la presencia de mujeres talentosas en toda la Compañía, especialmente, en los niveles ejecutivos.
- **Control de costos**
  - Utilizaremos las mejores prácticas dentro de AB InBev para capturar oportunidades de mejora en el control de costos.
- **Desarrollo sostenible**
  - Trabajaremos en consolidar la reputación y el posicionamiento de Backus como una organización líder en el Perú, integrando los temas ambientales y sociales al negocio, con miras a proteger nuestra licencia para operar.
  - Realizaremos acciones vinculadas al manejo sostenible del agua y la reducción de emisiones de efecto invernadero, continuando con el desarrollo de proyectos en el manejo de cuencas y reforestación.

- Lideraremos iniciativas enfocadas en la promoción del consumo y venta responsable de bebidas alcohólicas y apoyaremos iniciativas que promuevan la seguridad vial.

- Con relación a las acciones de Inversión Social Corporativa, continuaremos con la implementación de programas que contribuyan a la generación de capacidades y al desarrollo regional y nacional, incluyendo los programas de educación.

Directorio

En la Sesión de Directorio de fecha 26 de enero del 2016, se nombró al señor Niall William James Mitchell como Director de la Sociedad.

En la Sesión de Directorio de fecha 24 de mayo del 2016 se instaló el Directorio elegido en la Junta Obligatoria Anual de Accionistas de fecha 23 de febrero del 2016, eligiendo como Presidente del Directorio al señor Alejandro Santo Domingo Dávila y como Vicepresidente al señor Francisco Mujica Serelle, para el periodo 2016-2017.

En la sesión de Directorio de fecha 10 de julio del 2016 se aceptó la renuncia presentada por el señor Fernando Martín Zavala Lombardi a los cargos de miembro del Directorio y Gerente General, al haber sido designado Presidente del Consejo de Ministros del Perú por el presidente electo, Pedro Pablo Kuczynski. En dicha sesión, se nombró como Gerente General Interino al señor Rodrigo Mejía Miranda, quien además mantuvo el cargo de Gerente de Ventas.

Asimismo, en la sesión de Directorio de fecha 10 de octubre del 2016 se dio cuenta del cambio de control en la casa matriz SABMiller, luego de que sus accionistas aceptaron la oferta de AB InBev, motivo por el cual, renunciaron al cargo de Directores los señores Karl Gunter Lippert y Andrés Mauricio Peñate Giraldo. Igualmente, en dicha sesión se aceptó la renuncia del señor Rodrigo Iván Mejía Miranda al cargo de Gerente General Interino y se designó al señor Rafael Esteban Alvarez Escobar como Gerente General.

Finalmente, en la sesión de Directorio de fecha 4 de noviembre del 2016 se acordó convocar a una Junta General de Accionistas a celebrarse el 5 de diciembre del 2016, para aceptar la renuncia de los miembros del Directorio, definir el número de miembros del Directorio para el periodo restante 2016-2017, y elegir a los nuevos miembros del Directorio para el periodo restante 2016-2017.

Junta General de Accionistas

El día 23 de febrero de 2016, se llevó a cabo la Junta Obligatoria Anual de Accionistas, en la cual se acordó modificar parcialmente el Estatuto Social. En efecto, se acordó modificar el artículo 5.02 referido al número de miembros del Directorio, señalando que el Directorio estará compuesto por un mínimo de cinco miembros y un máximo de 15 miembros elegidos por las acciones Clase A. En las Juntas Obligatorias Anuales en las que corresponda elegir Directorio, se determinará previamente el número de Directores a elegirse. Igualmente, se modificó el artículo 5.03 del Estatuto Social referido a la duración del Directorio, señalando que la duración del periodo del Directorio es de dos años, pudiendo los mismos Directores ser reelegidos indefinidamente. Las demás disposiciones del Estatuto Social se mantuvieron sin cambio alguno. En dicha Junta se nombró como Directores para el periodo 2016-2017 a los siguientes señores: Alejandro Santo Domingo Dávila, Francisco Mujica Serelle, Carlos Bentín Remy, Juan Carlos García Cañizares, Carmen Rosa Graham Ayllón, Karl Gunter Lippert, José Antonio Payet Puccio, Andrés Mauricio Peñate Giraldo, Carlos Pérez Dávila, Manuel Romero Caro, Niall William James Mitchell, Bárbara Cecilia Bruce Ventura y Fernando Martín Zavala Lombardi.

Asimismo, el 5 de diciembre del 2016 se realizó una Junta General Extraordinaria para aceptar la renuncia de todos los miembros del Directorio, determinar el número de miembros del Directorio y elegir a los señores: Ricardo Manuel Frangatos Pires Moreira, Ricardo Lincoln Meyer Mattos, Rafael Esteban Alvarez Escobar, Francisco Mujica Serelle y Carlos Bentín Remy, como miembros del Directorio para el periodo restante 2016-2017.

Es así que, tras presentarles un resumen de las buenas noticias del año 2016, el Directorio que presido, en cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 4.03 y por el inciso “C” del artículo 5.11 del estatuto, somete a vuestra consideración la memoria, el balance general y los estados de ganancias y pérdidas, de cambios en el patrimonio neto y de flujos de efectivo correspondientes al ejercicio 2016, todos los cuales han sido certificados por los contadores públicos Gaveglio, Aparicio y Asociados, firma miembro de Pricewaterhouse Coopers, nuestros auditores independientes.

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

Finalmente, hago público el agradecimiento a nuestros accionistas y directivos por el trabajo realizado durante todos estos años a favor de Backus, en los que hemos logrado mantenernos como una de las mejores empresas a nivel nacional.

Sin duda, esta labor la continuaremos llevando a cabo en los siguientes años de gestión; mientras tanto los animo a revisar nuestra evolución y cambios realizados en el 2016.

Atentamente,

Ricardo Manuel Frangatos Pires Moreira
Presidente del Directorio

Carta del Gerente General

Señores accionistas:

En el año 2016 las ventas de Backus y su subsidiaria, Cervecería San Juan, crecieron 2.6% en volumen; por encima del año anterior y por encima del crecimiento de la industria (2.1% en volumen). En cuanto a nuestros volúmenes de bebidas no alcohólicas, continuamos con el crecimiento a doble dígito en aguas con 11.3%, pero decrecimos 4.6% en gaseosas y 8.3% en maltas.

Como todos los años, seguimos apostando activamente por la innovación de productos, marcas y empaques en el mercado local. En junio lanzamos Cristal Ultra, una extensión de línea de nuestra cerveza Cristal llamada a desarrollar el segmento de cerveza ligera y atraer a nuevos consumidores a la categoría, especialmente, jóvenes y mujeres. Además, lanzamos los empaques de 1 L de Arequipeña y Pilsen Trujillo para atraer a los consumidores de bajos ingresos a la categoría. En cuanto a bebidas no alcohólicas, lanzamos Maltin Power Plus, reforzada con vitamina B12 y zinc y con un menor contenido de azúcar, que la hace más ligera y refrescante.

En octubre del 2016, se finalizó la compra del grupo SABMiller, del cual Backus era subsidiaria, por parte de Anheuser Bush InBev, constituyendo la primera –y única- cervecera con alcance global. Inmediatamente, se realizó el cambio de control de la empresa y se dio inicio a la integración de las operaciones de Backus y de Ambev Perú, manteniéndose a Backus como subsidiaria de AB InBev en el país. Con esta operación, Backus se ha convertido en parte de una de las compañías de productos de consumo más grandes del mundo, con un gran portafolio de marcas que ofrece más opciones a los consumidores de cerveza en todo el mundo, generando mayores oportunidades de crecimiento y mayor valor.

La operación de Perú y las marcas de Backus fueron excluidas del acuerdo que suscribieron SABMiller y The Coca-Cola Company para la venta de sus marcas de bebidas no alcohólicas. En ese sentido, Backus mantendrá la propiedad de sus marcas de agua Cristalina y San Mateo, que no serán transferidas a The Coca-Cola Company, mientras Guaraná Backus, Viva Backus y Agua Tónica Backus no serán licenciadas a perpetuidad a The Coca-Cola Company. Cualquier impacto previsto en la fabricación, venta o distribución de estas marcas queda sin efecto, manteniéndose el modelo con el cual opera Backus actualmente.

Agradezco a cada uno de los colaboradores de nuestra empresa por su compromiso en seguir adelante y superar los retos que se nos presentan.

Rafael Esteban Alvarez Escobar
Gerente General

Nuestras cifras

Ventas totales netas

+3.0%

2016
S/ 4,065.7 millones

2015
S/ 3,947.4 millones

Utilidad bruta

+2.1%

2016
S/ 2,935.1 millones

2015
S/ 2,873.5 millones

Cervezas Volumen (Participación de mercado)

+0.7%

2016
2.6 %

2015
1.9 %

Nuestros 10 principios

1 Sueño

Nuestro sueño compartido nos motiva a todos a trabajar en la misma dirección: Unir a la gente por un mundo mejor

2 Gente

Nuestra mayor fortaleza es nuestra gente. La Gente Excelente crece en la medida de su talento y es retribuida en consecuencia.

3

Seleccionamos, desarrollamos y retenemos a las personas que pueden ser mejores que nosotros. Nos juzgarán por la calidad de nuestros equipos.

Cultura

4

Nunca estamos completamente satisfechos con nuestros resultados, que son el combustible de nuestra compañía. El foco y la complacencia cero garantizan una ventaja competitiva duradera.

5

El consumidor manda. Servimos a nuestros consumidores ofreciendo experiencias de marca que tienen un papel importante en sus vidas y siempre de una forma responsable.

6

Somos una compañía de dueños. Los dueños asumen los resultados como algo personal.

7

Creemos que el sentido común y la simplicidad generalmente son mejores guías que la sofisticación y complejidad innecesarias.

8

Controlamos estrictamente nuestros costos para liberar recursos que mantendrán un crecimiento sostenible y lucrativo de nuestros ingresos.

9

Liderar mediante el ejemplo personal es el corazón de nuestra cultura. Hacemos lo que decimos.

10

Nunca tomamos atajos. La integridad, el trabajo duro, la calidad y la responsabilidad son la clave para construir nuestra compañía.

Backus Orgullosamente parte de AB InBev

Nuestro negocio

Gestión comercial

Ventas

Mercado Cervecero

Durante el año 2016, el mercado cervecero presenta un crecimiento de 2.1% respecto al año anterior, alcanzando un volumen de 14,112 miles de Hl (Fuente: CCR Empresa de Investigación de Mercados).

Por su parte, Backus presenta un crecimiento de 2.6%, por encima del crecimiento de la industria, detrás de lanzamiento de innovaciones de marcas como Cristal Litro y Cristal Ultra, e importantes campañas promocionales dirigidas al consumidor. Estas acciones ayudaron a compensar los factores externos negativos tales como la incertidumbre pre electoral, diferentes protestas y movilizaciones por reclamos sociales de la población -principalmente en zonas centro y oriente del país-, elevadas temperaturas detrás del fenómeno de El Niño en las zonas costeras, así como el bajo crecimiento económico.

Cabe indicar que desde el 10 de octubre del 2016 entró en vigencia el cambio de control de la Compañía, pasando a ser parte del AB InBev, y en donde se empezó a trabajar, desde esta fecha, en los planes de crecimiento en conjunto para el 2017.

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

Empresa	Volumen	Variación	
	Miles Hl	Volumen	Valor
UCP Backus y Johnston	12'277	1.6%	2.8%
Cervecería San Juan	1'671	10.6%	9.8%
UCP Backus y Johnston Consolidado	13'840	2.6%	3.8%

Estas variaciones positivas se generaron como consecuencia de los siguientes factores:

- La mejor composición del mix de marcas (desarrollo de las variedades Cusqueña Trigo y Malta a nivel nacional, y Pilsen Callao en Lima).
- La optimización en el uso de palancas comerciales, implementación de la política de descuentos y bonificaciones, lo que generó ahorros cercanos a S/ 20.0 millones en todos los canales, los cuales se reinvirtieron en campañas al consumidor.
- Despliegue e implementación del Proyecto Franquicias, que busca la profesionalización de nuestros Distribuidores Asociados a fin de asegurar la excelencia en ejecución, venta y distribución en sus territorios asignados.
- Mejoras en el modelo de atención del Agente Comercial para asegurar una correcta ejecución en el mercado de atención directa y lograr una mayor satisfacción del cliente.
- Incorporación de nuevos clientes a nuestro padrón; al cierre de diciembre se logró incrementar en 17.8 mil puntos de venta adicionales en el canal directo.
- El indicador de *stock out* se mantuvo en promedio por debajo del 1.5%.
- El indicador de Satisfacción del Cliente se sitúa en 67 puntos (*index* promedio *performance* y preferencia), sobre una meta de 64.

Bebidas no alcohólicas

En las categorías de bebidas no alcohólicas, los resultados consolidados de ambas empresas fueron positivos, gracias al desarrollo de nuestra marca San Mateo que presenta un crecimiento de 11.3% en volumen y 13.9% en valor. Guaraná no alcanza crecimiento en volumen, sin embargo, logra +1.9% en valor con relación al 2015, detrás de incremento de precios del mes de abril.

San Mateo

11.3%

en crecimiento en volumen

13.9%

en crecimiento en valor

Agresivas acciones de la competencia ofreciendo menores precios, afectaron nuestras marcas Guaraná y Maltin Power. Adicionalmente, el mercado presenta una contracción de estas categorías, detrás de la orientación al consumo de bebidas más saludables, impulsada por la normativa estatal de "Alimentación saludable" en los colegios.

Las cifras logradas por categoría en el año 2016 fueron las siguientes:

Categoría	Volumen		Variación
	Miles Hl	(i)Volumen	(ii)Valor
Gaseosas	1'215	-4.6%	1.9%
Aguas	1'475	11.3%	13.9%
Maltas	199	-8.3%	-6.7%
Total otras bebidas	2'889	2.6%	5.4%

Ventas Valorizadas

Durante el 2016, las ventas valorizadas por categoría de UCP Backus y Johnston de manera individual fueron las siguientes:

Categoría	Valor	Porcentaje
	Millones PEN	del total
Cerveza	3,595.0	90.6%
Gaseosas	165.1	4.2%
Aguas	163.4	4.1%
Maltas	41.9	1.1%
Total otras bebidas	3,965.4	100.0%

Venta Regional

La venta regional a nivel nacional, considerando todas las categorías y exceptuando Lima, creció en el año 2016 en 2.9% versus el año anterior, lográndose un crecimiento en todas las regiones, principalmente en el sur (+4.8%), gracias a una recuperación del sector minero.

Por su parte, Lima alcanza un crecimiento de 2.2% versus el año 2015.

2.9%
de crecimiento en venta regional versus el 2015

Marketing

El portafolio de marcas se compone de los siguientes segmentos y marcas:

Bebidas alcohólicas

MARCAS *MAINSTREAM*

Cristal

La marca *mainstream* del portafolio lideró el crecimiento de la Compañía y la expansión de la categoría con un crecimiento absoluto en volumen +6.2% versus el año anterior. Fortaleció su posición de líder en el mercado cervecero peruano, con desempeños positivos en el Norte (+8.8% en volumen), Centro (+8.2% en volumen) y Oriente (+7.9% en volumen). Este buen resultado se soportó en la campaña "Únete al Barrio", una plataforma de comunicación que revaloriza la vida de barrio, donde nuestros consumidores comparten y celebran de forma cotidiana junto con su gente. Ésta se complementó con la promoción "Levantachelas", donde la marca logró impactar positivamente a los segmentos de consumidores jóvenes y recuperó asociación con el atributo de marca "alegre y divertida". De manera paralela, Cristal continuó con la búsqueda para acercarse a los consumidores de bajos ingresos con la expansión de su SKU de 1 L, generando un importante volumen incremental para la categoría.

Como parte de las innovaciones de la marca, en junio se lanzó Cristal Ultra, una extensión de línea con 3.5% de alcohol, que está dirigida a satisfacer a los consumidores que buscan en ciertas ocasiones de consumo, una cerveza más ligera y fácil de tomar.

Pilsen Callao

Luego de tres años continuos de crecimiento a doble dígito, durante el 2016, Pilsen Callao se mantuvo estable a nivel nacional mientras continuó fortaleciendo su posicionamiento como "la cerveza que celebra la verdadera amistad" (crecimiento +8% en conexión emocional). Esto permitió que Pilsen Callao se mantenga como la marca de cerveza con mayor preferencia en el Perú. La innovación, principalmente en el ámbito de campañas digitales, fue un pilar estratégico para la marca, siendo reconocida como la marca más innovadora del portafolio de Backus. Por otro lado, Pilsen Callao continuó fortaleciendo su plataforma de "Jueves de Patas", donde por primera vez tuvo un componente promocional que permitió darle mayor notoriedad a la campaña. Producto de las exitosas campañas y buenos resultados, Pilsen Callao continuó recibiendo importantes reconocimientos, entre los que destacan: tres premios Effies (en las categorías Bebidas, Éxito Sostenido y Promociones), dos premios ANDA (resaltando su innovación en medios de comunicación), y tres Premios Ideas (Creatividad gráfica y promocional).

Backus Ice

Fue descontinuada del portafolio ya que sus niveles de ventas no lograron mantenerse luego de la campaña de relanzamiento desplegada.

Cusqueña

14.3%

de crecimiento en venta regional versus el 2015

MARCA *PREMIUM*

Cusqueña

Continuó fortaleciendo su posicionamiento como la Cerveza Premium Peruana, con un 14.3% de participación de mercado en volumen (noviembre 2016) y con un crecimiento de +14% versus el año pasado. En el 2016, la franquicia de marca Cusqueña buscó posicionarse de manera consistente en el territorio de lo "*Premium* Peruano" a través de la revaloración del telar tradicional cusqueño. Relanzamos la campaña "Telar" que potenció las buenas prácticas, conservando la esencia de nuestro origen cusqueño, pero trayéndolo a la vida de una manera vigente e innovadora. La campaña conectó con los consumidores, no solo por lo atractivo de los premios de marcas aspiracionales durante el periodo de la promoción, sino también por la asociación con una técnica ancestral como es el tejido tradicional inca y el valor de la dedicación y pasión por lo hecho a mano. Cambiamos nuestros empaques primarios y secundarios (etiquetas y packs) con esta iconografía y reafirmamos nuestro compromiso con la comunidad de tejedoras quechua-hablantes del Cusco. Asimismo, continuamos con nuestra plataforma innovadora, relanzando la edición especial de Cusqueña Quinua y liderando en el Oktoberfest , evento cervecero más grande del Perú. En el sur, nuestro mercado de origen, realizamos acciones personalizadas con la finalidad de fortalecer nuestro vínculo con el consumidor y detallista, y así defender nuestra fuente principal de volumen.

MARCA ULTRA *PREMIUM*

Abraxas

Mantuvo su contribución en elevar la imagen de la categoría a través de una estrategia de visibilidad y prueba de producto concentrada en supermercados y restaurantes top.

MARCAS REGIONALES

Pilsen Trujillo

La marca *mainstream* líder de los mercados de Trujillo y Puno tuvo una caída de volumen de 2.4% (a nivel nacional), cediendo el mismo a marcas de mayor valor de nuestro portafolio. Durante el 2016, Pilsen Trujillo continuó con una comunicación cercana a los jóvenes trujillanos con la campaña "La mancha" y con la segunda edición del TTL "Primavera Color Fest", al cual asistió 200% más público que en el 2015 (20,000 jóvenes); mientras que en Puno se hicieron tres acciones importantes para volver a conectar con el consumidor:

- El lanzamiento de la campaña "Capuchón de seguridad" como símbolo de calidad.
- Una campaña social, en la cual la marca le devolvía simbólicamente al mercado puneño su preferencia con "Chapas a la Obra".
- Una gran campaña de cierre de año con Festidanzas, enfocada en el Folklore, una de las tradiciones más valoradas de la región.

En resumen, estas ejecuciones lograron que la marca mantenga la conexión emocional con el consumidor y la posición de liderazgo en sus mercados clave.

Arequipeña

Marca líder en el mercado de Arequipa fortaleció su conexión emocional con los consumidores (+2%) a partir del lanzamiento de la nueva plataforma creativa "Arequipeño que se respeta". Esta campaña celebra el orgullo arequipeño al unir el ayer y el hoy, y se enfoca en las nuevas generaciones, buscando renovar la base de consumidores. Un pilar importante de esta plataforma fue la celebración del aniversario de la ciudad y el desarrollo del TTL "Jardín Volcánico", donde el evento central trajo a la ciudad a grandes artistas internacionales. Como parte de las innovaciones, se lanzó el nuevo diseño de Aluminio 355 ml con el "Mistipack" en supermercados; además se introdujo la presentación de 1 L, "La Arequipeñaza", que busca desarrollar la penetración de la categoría.

San Juan

Impulsa el desarrollo de la categoría en Pucallpa con un crecimiento de +7.24% en volumen y logra un pico histórico de conexión emocional. Estos resultados se deben a una relación continua con el consumidor y la innovación de plataformas de marca, entre las que destacan:

- "Los carnavales Ucayalinos", una nueva plataforma de experiencia que busca incentivar la celebración y el consumo en una fecha relevante en la localidad.
- "Otorongofest" logró que la celebración del aniversario regional se convirtiera en una semana llena de sorpresas.
- "Que vuelva el Otorongo", una campaña de marketing social que, gracias al apoyo del target, logró que el emblemático otorongo sea declarado Patrimonio Natural de Ucayali; además, consiguió importantes reconocimientos en festivales internacionales como Cannes Lions y el Effie Latam.

GLOBAL BRANDS

Miller Genuine Draft

Mantuvo su competitividad, creciendo un 15% versus el año anterior, fortaleciendo su vínculo con el consumidor peruano a través de experiencias como el festival Creamfields, la plataforma global Miller Soundclash, una sólida estrategia digital, materiales de alto impacto en los canales *on* y *off*, y un plan constante de innovación que mantuvieron a la marca vigente.

Peroni Nastro Azzurro

Mantuvo su participación con actividades tácticas concentradas en el punto de venta, junto con el desarrollo del canal moderno e innovaciones alrededor de ofertas de valor agregado.

Grolsch

Mantuvo su base de clientes, incrementando su volumen en 56% versus el año anterior, a través de diversas actividades en el canal *on premise*, entre la que destaca “Grolsch Nights”, plataforma mediante la cual la marca ofreció un espacio de difusión a las bandas emergentes peruanas para que sean conocidas en los bares de Lima.

Es importante mencionar que en diciembre, se crearon todas las condiciones para que las marcas **Corona, Budweiser** y **Stella Artois** sean incluidas dentro del portafolio de marcas globales de la compañía. Esto se dio en un contexto en el que dichas marcas pasarán a tener un plan agresivo de expansión en el año 2017.

BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

Nuestras marcas no alcohólicas continuaron con una participación sólida dentro del mercado a través de la diversificación de la oferta de SKUs, expansión a nuevos mercados y acciones innovadoras al consumidor:

Maltin Power

Siguió desarrollando la categoría de bebidas no alcohólicas a base de malta, logrando un volumen de 197 Hl en el 2016, impulsado por las campañas ATL y comunicando un posicionamiento diferencial como única bebida de malta que aporta energía nutritiva y natural para “motivar al ganador que hay en ti”, dirigido a adolescentes, madres y adultos trabajadores. Se lanzó una campaña promocional “Hazlo con Energía”, con la participación de los tres jugadores de fútbol más influyentes en el target de la marca, entregando 7,500 pelotas autografiadas por los deportistas. En la búsqueda de ser más competitivos en la industria, se realizó la innovación de un nuevo SKU de 500 ml, logrando un mix de marca de 12% en el año. En el último trimestre del año, se lanzó “Maltin Power Plus”, una versión fortificada con Zinc y B12, y menor cantidad de azúcar para capturar nuevos consumidores con una venta total de 12 Hl y un mix de 6% para la marca.

Guaraná Backus

Continúa creciendo y fortaleciéndose como el tercer sabor de gaseosas a nivel nacional, alcanzando 5.8% de participación en el canal tradicional, según CCR setiembre 2016. El volumen de ventas se mantuvo a pesar de un incremento de precios en abril del 2016, gracias a las campañas de comunicación del posicionamiento único y diferencial de Guaraná, en las que resalta el personaje “Huella”, inspirando a los jóvenes consumidores a ser únicos y originales. La última campaña del año tuvo como protagonista el SKU de 3 L, para incentivar el consumo grupal de las presentaciones familiares. Continuamos con la expansión en provincias ganando conocimiento y disponibilidad de marca en las regiones norte y sur del país.

San Mateo

Crece +12% vs 2015 en volumen de ventas, con un mayor desarrollo en provincias, alcanzando el 16.4% en participación de mercado a nivel nacional en el canal tradicional, según CCR setiembre 2016. La marca continúa desarrollando su posicionamiento diferencial y superior como agua pura de manantial, y fortalece sus atributos de imagen mediante un plan de comunicación en medios tradicionales, plataforma digital y materiales de punto de venta, que resaltan su origen de manantial para motivar la compra. En febrero, lanzó su campaña como “Auténtica agua de Manantial”, con el objetivo de incrementar la conexión emocional con los consumidores y así reforzar su origen puro como el agua que está embotellada en un auténtico manantial.

S/ 5.5 millones
de ahorro en comparación al ejercicio previo

Cadena de suministro

Durante el año 2016, los objetivos de la Gerencia de Logística continuaron enfocados en la optimización de la cadena de suministro, logrando incrementar sus niveles de predictibilidad, efectividad y eficiencia. Frente a una intensa dinámica de innovación comercial, se adecuaron los procesos de planificación para proveer un servicio adecuado. Asimismo, se aprovechó la escala regional de SABMiller para conocer experiencias exitosas que, al replicarlas localmente, permitieron obtener mejores resultados en la gestión de compras y de los procesos de planificación.

Se continuó con el programa regional de revisión de los procesos de gestión de la cadena de suministro, el cual busca identificar las mejores prácticas de gestión que existen en las operaciones latinoamericanas de SABMiller, con el objetivo de replicarlas. Este proceso de revisión es llevado a cabo por un grupo de profesionales especialistas en los diversos campos y que pertenecen a las operaciones latinoamericanas de SABMiller.

Se incentivó y reforzó la participación de Backus en las Comunidades de Práctica, grupos de trabajo compuestos por especialistas de SABMiller Latinoamérica en diversos temas de cadena de suministro. Estos grupos de trabajo tienen como objetivo encontrar e implementar las mejores soluciones a problemas comunes.

Planificación de la cadena de suministro

1. Se continuó con la mejora constante del indicador de la confiabilidad de la cadena de suministro, obteniendo dos reconocimientos importantes:
   - Backus fue reconocida como la cadena de suministros de mejor *performance* del grupo SABMiller y la que obtuvo la mejor precisión de pronóstico de ventas.
   - Backus fue reconocida, por segundo año consecutivo, como la mejor cadena de suministros del Perú por el semanario especializado “Semana Económica”.
2. Se consolidó el proceso de Planificación de Ventas y Operaciones (S&OP) bajo el enfoque global de SABMiller, el cual es un proceso que abarca a toda la Compañía y el cual busca tomar decisiones basándose en la comprensión de la demanda futura, las capacidades operativas y el impacto financiero de las decisiones.
3. Se logró un record histórico en la optimización de los niveles de inventario de materiales y producto terminado. De igual manera, se continuó con la implementación de mejores prácticas globales (Ejemplo: compras a través de almacenes de terceros en nuestras instalaciones), y adicionalmente se continuó con la optimización de los parámetros de planificación.
4. Se continuó con el soporte a iniciativas regionales de SABMiller asignando colaboradores que formaron parte de equipos regionales de expertos, en procesos de cadena de suministro, quienes buscaron implementar mejores prácticas globales en cada operación y establecer criterios unificados de avance de la madurez de los procesos de gestión.
5. Se fortaleció a los Comités Ejecutivos Operacionales para garantizar el completo alineamiento de todas las funciones que conforman la cadena de suministro de la empresa.

Modelo de compras “Procurement”

Ha pasado más de un año desde que Backus inició la implementación del Nuevo Modelo de “Procurement” o Compras. El 2016 fue un año de perfeccionamiento de nuestros procesos y de nuestra forma de operar, donde robustecimos los controles, mejoramos la visibilidad y capturamos mayores beneficios con impactos importantes en nuestro *bottom line*.

La visibilidad obtenida como parte del proceso nos permitió tener mejor información y conocimiento de las necesidades de la empresa y, por ende, entregar un mejor soporte a nuestros usuarios y al proceso presupuestal de la Compañía.

El fortalecimiento de nuestras oficinas regionales y de nuestro centro de operaciones de compras en Bogotá nos permitió concentrarnos en la búsqueda de eficiencias y en la generación de valor a través de mayores ahorros o de formas diferentes de ver una actividad o una necesidad.

La homologación de los servicios al interno y el encontrar nuevas formas de obtener tarifas nos permitió ampliar nuestro catálogo electrónico y por ende mejorar la automatización de las compras, llegando a superar la barrera del 70% sobre el total de nuestras órdenes de compra emitidas. Este gran impacto se dio en la categoría de indirectos, lo cual agilizó mucho el proceso y la ejecución del mismo.

Cerramos el año con retos cumplidos, gracias al esfuerzo, dedicación y compromiso que se vio reflejado a lo largo de la organización y no sólo en la función de compras, sino que además nos alineamos y caminamos hacia un mismo objetivo.

Ahora, es momento de cambios y nos toca enfrentar nuevos retos:

Integración

Capturar mejores prácticas

Mayor maximización de la entrega de valor

Continuar avanzando hacia la excelencia en la función de compras

Desarrollo y Proyectos

- Durante el 2016 se desarrollaron más de 40 nuevos proyectos relacionados a nuevos productos e innovaciones de empaque, incrementando significativamente la velocidad de implementación hacia el mercado y su eficiencia logística.
- Se continuó con el proceso de planeamiento integrado de capacidades de largo plazo que tiene por objetivo optimizar las inversiones en bienes de capital relacionadas a capacidades en producción, distribución y envases retornables en forma integrada, mejorando el nivel de madurez del proceso en comparación al año anterior, y reforzando la coordinación entre las áreas de Manufactura, Distribución y Cadena de Suministro para la toma de decisiones.
- Se llevó a cabo una auditoría interna en SABMiller sobre el proceso de administración del negocio ante desastres y emergencias. Perú fue escogido como representante para América Latina, con la finalidad de evaluar el status actual del proceso y los planes de acción a nivel nacional, así como encontrar e implementar mejores prácticas de otras operaciones e industrias.
- Se continuó con el proceso integrado de racionalización de SKUs, el cual busca optimizar el portafolio de productos de la Compañía a través de una permanente evaluación que considera variables operativas, financieras y estratégicas bajo un enfoque multifuncional.

Distribución

Desarrollo de nuestro modelo de distribución

Durante el año 2016 se continuó con el propósito de incrementar significativamente la productividad y eficiencia de las operaciones de la Compañía a lo largo de todo el proceso de distribución y a nivel nacional, sin afectar su sostenibilidad y continuidad.

Es así que se logró conseguir más de S/ 5.5 millones de ahorro en comparación al ejercicio previo, continuando con los proyectos ya iniciados, además de implementar nuevas iniciativas.

Las eficiencias alcanzadas estuvieron respaldadas por excelentes niveles de productividad, como por ejemplo la productividad en el proceso de reparto que pasó de 73.2 Hl por día camión en el 2015 a 78.5 Hl por día camión en el 2016. De igual manera, se logró un buen resultado en el nivel de servicio (siendo líderes en la región Latinoamérica, cuya media en el 2016 fue 88.9%), manteniendo el cumplimiento de la promesa de entrega en cantidad exacta y tiempo correcto a los clientes (OTIF), alcanzando un 95.2%.

Los resultados obtenidos en la bancarización, la recaudación vía depósito bancario se incrementó en 6.3% con respecto al año anterior, dando un resultado acumulado del 59.6% en el 2016. Asimismo, la volatilidad de la venta, se gestionó de una manera eficiente con los equipos de distribución, logrando un 2.1% menos que el año pasado, finalizando el año 2016 en 18.2%.

Desarrollo de la Red de Distribución e Inversiones

Durante el 2016, y como resultado del estudio profundo de las capacidades y eficiencias en la red logística a largo plazo, el foco de inversión se centró en la mejora tecnológica del Almacén de Productos Terminados en Ate, a través de:

- Automatización del proceso *Picking*, el que permitirá incrementar la capacidad de atención de camiones de reparto, con lo cual se obtendrán los siguientes beneficios operativos:
  - Optimizar la Red de Distribución en Lima
  - Incrementar la productividad del proceso Picking a 280 cajas por hora-hombre (+49%)
  - Reducir el tiempo de atención de camiones de reparto
  - Mitigar el riesgo de accidentes

  La implementación de esta inversión ha ejecutado S/ 9' 286,952 en el 2016 y tiene un saldo por ejecutar en el primer trimestre del 2017 por S/ 2' 942,470. Total inversión: S/ 12' 229,422.

Adicionalmente, la Compañía continúa con la expansión de la capacidad operativa en el sur del país, norte y Lima, principalmente. Las principales inversiones fueron las del siguiente cuadro.

Almacén de envases Pariachi

- Se amplió en 7,500 m² de losa de concreto.
- Se construyó una vía asfaltada de 6,000 m² que permite mejorar el tránsito de montacargas y camiones. Con esta inversión se incrementó en 750,000 cajas la capacidad de almacenamiento de envases, lo que representa un incremento del 25% de capacidad de almacenamiento.
- El monto invertido fue de S/ 3'566,171.

CD Juliaca

- Se construyó un nuevo almacén de producto terminado, donde las dimensiones del mismo son de 727 m², ampliando la capacidad de almacenamiento en 69,792 cajas.
- Se amplió el área de carga y descarga por 597 m².
- Se amplió el área de almacenamiento de envases por 1,507 m² ampliando la capacidad de almacenar envases en 150,700 cajas, se mejoró las instalaciones eléctricas y servicios.
- Se implementó con luminarias LED al 100%, el almacén y área de carga/descarga de producto, todo ello alineado a la prioridad estratégica de reducción del consumo de energía que mantiene la Compañía.
- La inversión total asciende a S/ 1'737,152.

Planta Arequipa

- Se amplió la losa de almacenamiento de envases en 2,800 m², lo cual nos permite ampliar la capacidad de almacenamiento de envases en 280,000 cajas.
- Se construyó una nueva área de estacionamiento asfaltado de 2,056 m².
- Se implementó con luminarias LED al 100% la losa de envases y área de estacionamiento, todo ello alineado a la prioridad estratégica de reducción del consumo de energía que mantiene la Compañía.
- La inversión total asciende a S/ 1'806,786.

CD Chimbote

- Se amplió y mejoró la infraestructura, ampliando el almacén de productos terminados en 600 m², equivalente a una capacidad de almacenamiento adicional de 60,000 cajas.
- Se construyó un nuevo almacén para material POSM y una nueva zona de lavado de camiones.
- Se implementó con luminarias LED al 100% el nuevo almacén, todo ello alineado a la prioridad estratégica de reducción del consumo de energía que mantiene la Compañía.
- La inversión total asciende a S/ 1'493,196.

Asimismo, para darle la mayor fluidez a nuestras operaciones, continuamos el proceso de renovación de nuestros equipos de manipuleo de pallets en almacenes a nivel nacional (montacargas), diseñados para obtener una mayor productividad y menor consumo de combustible reduciendo a la vez las emisiones de CO al ambiente. Adquirimos un total de 27 unidades con una inversión total de S/ 5'024,971.

S/ 5´024,971 de inversión en 27 unidades para operaciones

Manufactura

Gestión productiva

En el 2016 se elaboraron **12.93** millones de Hl de mosto frío y se envasaron **12.35** millones de Hl de cerveza. Considerando estos volúmenes de producción, el uso de la capacidad instalada de las distintas plantas cerveceras llegó a **79%** en promedio.

Por su parte, las plantas de Ate, Motupe y Huarochirí envasaron **2.74** millones de Hl de bebidas gaseosas y agua; y Ate envasó **0.20** millones de Hl de bebidas nutritivas (Maltin Power).

La operación de Maltería, ubicada en Chaclacayo, produjo **85,019** Ton de malta y **60,315** Ton de maíz desgerminado.

La política de mejoramiento continuo en las plantas obtuvo nuevamente buenos resultados, lo cual, junto con la ya reconocida calidad de los productos de la Compañía, se vio reflejada en la posición del ranking mundial de las plantas cerveceras de SABMiller, participantes del ranking. Nuestras cuatro plantas se ubicaron en el Top 12 del Ranking Mundial a Diciembre del 2016: Planta Arequipa (puesto 1), Planta Cusco (puesto 3), Planta Ate (puesto 9) y Planta Motupe (puesto 12).

En cuanto a gaseosas y aguas, las tres plantas se ubicaron en los tres primeros lugares del Ranking Mundial y la Maltería quedó ubicada en el segundo lugar.

Un importante logro alcanzado en el año 2016 es la mejora de los indicadores de Desarrollo Sostenible: En lo que respecta a energía, se logró una disminución en el consumo de **0.73%** (de 91.09 a 90.43 MJ/Hl) debido a la implementación de innovaciones en la optimización del uso de energía en los procesos de Cocimiento y Envasado. En agua, se viene instalando medidores de flujo en los puntos principales de la red de agua, con la finalidad de controlar los consumos.

Manufactura de Clase Mundial

La estrategia se enfocó en el refuerzo de la cultura de seguridad y en el desarrollo de la mejora continua basada en el análisis de causa raíz, la generación de innovaciones y la ejecución de proyectos de mejora Lean Six Sigma de alto impacto. Entre las principales actividades, tenemos:

- Se realizaron aproximadamente 1,500 innovaciones y 60 proyectos de mejora.
- Se certificó a 21 empleados como Facilitadores Green Belt y a 21 empleados como Yellow Belt, bajo la metodología Six Sigma. Cabe mencionar que el 100% del personal profesional (empleado) es Yellow Belt, certificando cada año a los nuevos ingresantes.
- Se continuó con las prácticas de 5S alineadas a limpieza y *housekeeping*.
- Se reforzaron las prácticas de comunicación en los equipos de trabajo, y el programa de Calidad en la Fuente, el cual busca desarrollar la capacidad del personal operario para realizar los controles de calidad en sus equipos.

Entrenamiento Técnico y Desarrollo de Personas

El entrenamiento y la capacitación se centraron en reforzar y actualizar los conocimientos técnicos y de gestión en todos los niveles y áreas, orientados a la estandarización de procesos y al desarrollo de las habilidades de los trabajadores; todo ello a través de capacitaciones locales y en el extranjero, buscando compartir e intercambiar experiencias y buenas prácticas de manufactura. En paralelo, se continuó con el desarrollo del programa de Formación de Cerveceros en entidades reconocidas en el extranjero, y de los programas *Junior Trainees* y Formación de Ingenieros, los mismos que han permitido integrar a jóvenes profesionales altamente capacitados a los equipos de trabajo.

Nuestros Proyectos de Inversión

Planta Arequipa

PROYECTOS REALIZADOS DURANTE EL AÑO 2016

Eco Carrier

El proyecto consistió en la adquisición de canastos porta botellas con peso aligerado, permitiendo un menor consumo de agua, energía y reducción de costos de operación y mantenimiento.
El sistema se encuentra en funcionamiento desde octubre de 2016.

Planta de ultrafiltración (UF)

La planta de ultrafiltración permitirá modernizar la tecnología de tratamiento de agua de planta en Arequipa.
La fecha de arranque de este proyecto está prevista para inicios del mes de marzo del año 2017.

Biogás

El biogás es un combustible generado en la PTAR – AQP, el cual se utilizará para alimentar al caldero LOOS y, de esta manera, reducir el consumo de GNC para este proceso, lo que se traduce en un ahorro en el consumo energético.
La puesta en marcha está prevista para febrero del 2017.

Refuerzo de túneles de desagües

Este proyecto garantiza el buen drenaje del agua que se desecha en el proceso cervecero hasta su recolección y tratamiento, garantizando, además, que las aguas industriales que llegan a la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) estén libres de sedimento de concreto y tierra procedente de la degradación de los túneles, protegiendo así los equipos e instalaciones de la PTAR.
El funcionamiento operacional está previsto para febrero del 2017.

Planta Ate

Reemplazo del pozo 7

El actual pozo N°7 necesita ser reemplazado. El proyecto incluye ingeniería, perforación, bombas, compra de accesorios y obras civiles. El pozo se encuentra concluido y se está a la espera de la aprobación de la licencia de operación de la ANA (Autoridad Nacional del Agua) para iniciar su funcionamiento.

Reemplazo del pozo 9

Actualmente, este pozo se encuentra en proceso de perforación y requiere su reemplazo inmediato ante el bajo rendimiento durante los últimos meses. El nuevo pozo N°9 podrá recuperar el volumen de agua disminuida en la planta Ate. La puesta en marcha está prevista para abril del 2017.

Laboratorio de Control de Calidad

Este proyecto permitió la construcción de un nuevo edificio para el área de Control de Calidad, ubicado entre el reservorio elevado de agua y el comedor de planta, alcanzando una mayor área respecto a la anterior, para los trabajos requeridos. La puesta en marcha se realizó en agosto del 2016.

Filtración de Maltin Power

El proyecto reemplazará al actual filtro de Maltin Power, puesto que se encuentra en malas condiciones y debe ser cambiado para cumplir el estándar de la planta. La puesta en marcha está prevista para enero del 2017.

Tanque de agua caliente

El proyecto consistió en la instalación de un nuevo tanque de 2,000 Hl para la recuperación de agua caliente generada por el enfriamiento de mosto en cocimiento. Actualmente, se encuentra operativo. La puesta en marcha se realizó en abril del 2016.

Planta Cusco

Planta de ultrafiltración (UF) y ultravioleta (UV)

El objetivo de este proyecto fue la obtención de agua con los estándares necesarios para ser empleada en la elaboración de cerveza, reduciendo a su vez costos de consumo de energía.

Upgrade de pasteurizador

El objetivo de este proyecto fue reemplazar equipos de automatización discontinuados por unos actuales, y a la vez, realizar un control más transparente, ya que el control de las temperaturas lo realizará el mismo PLC y ya no un equipo externo.

Upgrade de silos de malta

A fin de mejorar el transporte de cebada y malta de los silos de base cuadrada, se vienen instalando estructuras metálicas de base cónica, diseñadas mediante un estudio de ingeniería previo.

Planta para Cusqueña Trigo

Este proyecto consistió en la implementación del sistema de jarabe para la producción de Cusqueña Trigo en la Planta Cusco.

Planta Motupe

Planta de ultrafiltración (UF) y osmosis inversa (RO)

El proyecto consiste en implementar una planta de tratamiento de agua (ultrafiltración y osmosis inversa) que sustituye el tratamiento de partículas con ablandadores y tratamiento del agua con ácido fosfórico, y permitirá estandarizar la calidad del agua. El arranque está previsto para abril del año 2017.

2 Bright beer tanks de 2000 Hl

El proyecto consistió en la compra e instalación de 2 BBTs de 2000 Hl, incluyendo obra civil, mecánica, eléctrica y automatización, otorgando una mayor capacidad de almacenamiento de cerveza. El arranque está previsto para marzo del 2017.

Reemplazo de una caldera

El proyecto consistió en la compra e instalación de una caldera de 20 Tn/h (de *stand by*), a fin de poder realizar el mantenimiento mayor a nuestra caldera principal, y de esta manera cumplir los requerimientos de INDECI.

Compresor CO2

El proyecto consistió en la compra e instalación de dos compresores de 500Kg/h, incluyendo obras civiles, mecánicas, eléctricas y automatización, y permitiendo el ahorro de energía, dado que se encienden los compresores de acuerdo a la necesidad de la planta.

Reemplazo de condensador

El proyecto consistió en la compra e instalación de un condensador evaporativo y dos compresores de amoniaco, permitiendo el ahorro de energía, dado que los compresores de tornillo consumen menos energía que los de pistón.

Nuestras operaciones

Gestión económica-financiera

Liquidez

Al cierre del ejercicio 2016 , el indicador de liquidez corriente fue de 0.60 y 0.68 para el 2015.

La posición de caja y bancos al término del ejercicio cerró con S/ 497.0 millones, de los cuales el 91% corresponde a moneda nacional y el saldo a dólares y euros. Las colocaciones fueron depositadas en instrumentos de corto plazo en instituciones financieras de primer nivel.

Cabe señalar que 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/ 3.352 y S/ 3.413, respectivamente.

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

Composición de la liquidez corriente (activo y pasivo corriente) en el 2016

Saldos	S/ millones	US$ millones	EUR millones
Activos	814.2	18.5	0.3
Pasivos	1,144.1	43.8	1.9

Financiamiento

Al cierre del 2016, la Compañía mantiene un préstamo denominado en moneda nacional obtenido del BBVA Continental por S/ 150.0 millones; este préstamo tiene vencimiento en julio de 2017 y devenga una tasa de interés de 6.03%.

Composición de la deuda financiera al cierre de 2015

Deuda	Monto (S/ millones)
Arrendamiento financiero con el BBVA Continental	28.2
Arrendamiento financiero con el Banco de Crédito	8.3
Arrendamiento financiero con el Scotiabank	1.1
Deuda bancaria indirecta con el BBVA Continental	20.6
Deuda bancaria indirecta con el Banco de Crédito	43.3
Préstamo de mediano plazo con el BBVA Continental	150.0
Intereses devengados y por devengar por el endeudamiento al cierre del año	9.5
Total deuda financiera	261.0

La Compañía mantiene un contrato de arrendamiento financiero con el BBVA Continental por S/ 28.2 millones para la adquisición de un terreno en Cajamarca para uso comercial, montacargas, mejora y ampliaciones de almacenes; y vehículos ligeros para transporte de cerveza.

Asimismo, mantiene con el Banco de Crédito del Perú otro contrato de arrendamiento financiero por S/ 8.3 millones para la adquisición de un terreno en Satipo y edificaciones para uso comercial, mejora y ampliaciones. Mantiene otro préstamo con el Banco Interbank por S/ 3.3 millones para la adquisición de montacargas; y otros contratos con el Banco Scotiabank por S/ 1.1 millones para la adquisición de vehículos ligeros.

Adicionalmente, la Compañía mantiene deudas indirectas reveladas como obligación por arrendamiento financiero con el BBVA Continental por S/ 20.6 millones y con el Banco de Crédito por S/ 43.3 millones.

Derivados financieros

De acuerdo con la política de Tesorería, la cual contempla acciones para evitar el riesgo cambiario, se ha realizado operaciones de compra/venta de moneda extranjera a futuro, con fines de cobertura. Al 31 de diciembre de 2016, la Compañía mantiene contratos a futuro de moneda extranjera (*forwards*) a montos nominales del principal de estos contratos que ascendieron aproximadamente a US$ 101.4 millones y EUR 1.4 millones.

De la misma manera, mantiene contratos con *commodities* de aluminio y maíz, cuyos montos nominales del principal de estos contratos ascendieron aproximadamente a US$ 4.4 millones y US$ 14.8 millones, respectivamente. Al cierre del año, mantiene un contrato con Macquarie Bank, Citibank Londres, Scotiabank Londres y JP Morgan con el objetivo de cubrir la compra de commodities. Estas operaciones no tienen fines especulativos.

Impuestos

En el 2016, Backus destinó S/ 3,262.0 millones por impuestos pagados divididos en las siguientes categorías:

- S/ 2,038.8 millones por el pago del Impuesto Selectivo al Consumo por la venta de sus productos.
- S/ 719.5 millones mientras que por el Impuesto General a las Ventas.
- S/ 427.8 millones por concepto del Impuesto a la Renta de tercera categoría.
- S/ 0.7 millones por el pago de aranceles.
- S/ 0.7 millones por Impuesto a las Transacciones Financieras.
- S/ 74.5 millones por Impuesto a la Renta de quinta categoría, recaudado a través de las planillas.

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

En el ejercicio del año 2003 fueron designados como auditores externos los contadores públicos Gaveglio, Aparicio y Asociados, firma miembro de PricewaterhouseCoopers. Tal designación fue ratificada para los siguientes ejercicios, incluyendo el de 2016.

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

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

Código ISN	Nemónico	Año-mes	Apertura	Cierre	Máxima	Mínima	Promedio
			(en S/)				
PEP218021108	BACKUAC1	2016-01	129.10	129.10	129.10	129.10	129.10
PEP218021108	BACKUAC1	2016-02	129.10	129.10	129.10	129.10	129.10
PEP218021108	BACKUAC1	2016-03	130.11	128.00	130.30	128.00	129.92
PEP218021108	BACKUAC1	2016-04	132.60	134.60	134.60	132.60	133.07
PEP218021108	BACKUAC1	2016-05	135.25	135.31	135.31	135.25	135.31
PEP218021108	BACKUAC1	2016-06	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
PEP218021108	BACKUAC1	2016-07	179.00	179.00	179.00	179.00	179.00
PEP218021108	BACKUAC1	2016-08	170.00	170.00	170.00	168.00	169.76
PEP218021108	BACKUAC1	2016-09	168.00	168.00	168.00	168.00	167.78
PEP218021108	BACKUAC1	2016-10	-.-	-.-	-.-	-.-	168.00
PEP218021108	BACKUAC1	2016-11	175.00	175.00	175.00	175.00	174.58
PEP218021108	BACKUAC1	2016-12	-.-	-.-	-.-	-.-	175.00
PEP218024201	BACKUBC1	2016-01	124.00	124.10	124.10	124.00	124.05
PEP218024201	BACKUBC1	2016-02	124.10	124.10	124.10	124.10	124.10
PEP218024201	BACKUBC1	2016-03	127.00	127.00	127.00	127.00	127.06
PEP218024201	BACKUBC1	2016-04	128.02	134.80	134.80	128.02	128.53
PEP218024201	BACKUBC1	2016-05	139.00	140.00	140.01	138.00	139.83
PEP218024201	BACKUBC1	2016-06	138.00	138.50	139.00	138.00	138.73
PEP218024201	BACKUBC1	2016-07	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00
PEP218024201	BACKUBC1	2016-08	145.00	145.10	145.10	145.00	145.05
PEP218024201	BACKUBC1	2016-09	152.00	149.00	154.00	149.00	149.29
PEP218024201	BACKUBC1	2016-10	158.00	160.00	160.00	158.00	158.60
PEP218024201	BACKUBC1	2016-11	160.00	161.50	161.50	160.00	160.13
PEP218024201	BACKUBC1	2016-12	161.50	158.00	161.50	158.00	158.28
PEP218025000	BACKUSI1	2016-01	12.50	11.50	12.80	11.50	12.23
PEP218025000	BACKUSI1	2016-02	11.45	12.80	12.80	11.45	11.86
PEP218025000	BACKUSI1	2016-03	12.86	13.70	13.70	12.86	13.42
PEP218025000	BACKUSI1	2016-04	13.71	13.90	13.90	13.65	13.78
PEP218025000	BACKUSI1	2016-05	14.00	13.85	14.08	13.60	13.92
PEP218025000	BACKUSI1	2016-06	13.90	13.92	14.30	13.81	13.86
PEP218025000	BACKUSI1	2016-07	13.93	14.50	14.50	13.93	14.31
PEP218025000	BACKUSI1	2016-08	14.50	15.05	15.05	14.30	14.63
PEP218025000	BACKUSI1	2016-09	15.20	15.49	15.78	15.11	15.53
PEP218025000	BACKUSI1	2016-10	15.50	15.10	15.56	15.00	15.04
PEP218025000	BACKUSI1	2016-11	15.12	15.79	15.95	15.12	15.68
PEP218025000	BACKUSI1	2016-12	15.41	16.00	16.20	15.40	15.54

Gestión operativa

Los ingresos brutos (netos de impuestos) totalizaron S/ 4,065.7 millones, lo que significó un incremento de S/ 118.3 millones respecto al año anterior (3.0%).

El precio promedio ponderado de nuestros productos, a valor nominal, aumentó en 1.4% por Hl, en atención al aumento de precios de nuestros productos.

S/ 4,065.7
millones de ingresos brutos totales

S/ 118.3
millones de incremento versus el 2015

Composición del crecimiento de los ingresos brutos (netos de impuestos) en 2016

Rubro	Monto (S/ millones)
Variación en volumen de cerveza	49.7
Variación en valor de venta en cerveza	49.6
Variación en volumen de gaseosas y aguas	8.9
Variación en valor de venta de gaseosas y aguas	14.0
Variación en volumen de licores y bebidas nutritivas	-3.9
Variación en valor de venta de licores y bebidas nutritivas	0.7
Variación en otros ingresos operacionales	-0.8
Total	118.2

Costo de ventas y otros costos operacionales

Los costos aumentaron de S/ 1,074.0 millones en el 2014 a S/ 1,130.6 millones en el 2015, lo que equivale a un aumento de 5.3%. Esta variación se debe a un incremento en el precio de los insumos utilizados en la producción, principalmente la malta y el lúpulo, adicional a un mayor gasto por efecto del *forward* de materia prima, un mayor volumen de ventas así como el aumento en el gasto por depreciación.

Utilidad bruta

La utilidad bruta del año 2016 ascendió a S/ 2,935.1 millones, superior en S/ 61.6 millones a la del 2015, lo que equivale a un incremento de 2.1% respecto a la del ejercicio anterior.

Gastos operacionales

Los gastos de venta, gastos de administración, la ganancia o pérdida en la venta de activos y los otros ingresos y otros gastos, en conjunto, se incrementaron de S/ 1,403.9 millones en el 2015 a S/ 1,986.9 millones en el 2016, lo cual representa una incremento de S/ 583.1 millones (41.5% de variación). En particular, los gastos de venta, en conjunto, disminuyeron en S/ 10.5 millones, debido al efecto neto de menores gastos de marketing y mayor depreciación del equipo comercial, mayores fletes e incremento de la provisión por cobranza dudosa. Los gastos de administración aumentaron en S/ 335.1 millones debido al reconocimiento de provisiones relacionadas a contingencias tributarias y laborales principalmente. Las otras cuentas disminuyeron en S/ 143.9 millones en conjunto, debido a la venta de inmuebles en el año 2015.

Utilidad operativa

La utilidad operativa obtenida en el 2016 ascendió a S/ 948.2 millones, luego de restar los gastos operacionales de la utilidad bruta, nivel inferior a los S/ 1,469.6 millones alcanzados el año anterior. De esta manera, la utilidad disminuyó en S/ 521.5 millones (-35.5% de variación).

Otros ingresos y egresos financieros

Este rubro registró una variación positiva de S/ 33.0 millones en el 2016, explicada principalmente por menores pérdidas, por diferencia de cambio y por mayor ingreso por resultado atribuibles a subsidiarias.

Resultado antes de impuestos

El resultado antes del Impuesto a la Renta, en el 2016, ascendió a S/ 1,107.4 millones, 30.6% menos que en 2015.

Impuesto a la renta

El monto del Impuesto a la Renta pasó de S/ 415.2 millones en el 2015 a S/ 359.5 millones en el 2016. Cabe señalar que ambos importes corresponden a la parte corriente y diferida.

Resultado neto

El resultado neto del periodo 2016 ascendió a S/ 747.9 millones, 36.7% menor que el obtenido en 2015.

Habiéndose distribuido a cuenta de resultados durante el año la cantidad de S/ 622.0 millones, según los acuerdos del Directorio del 1 de abril, y 24 de agosto, resta un saldo distribuible equivalente a S/ 125.9 millones, cuya distribución se propondrá a la Junta General de Accionistas.

Dividendos declarados el 2016

En febrero del 2016, la Junta General de Accionistas acordó repartir S/ 291.0 millones como dividendo en efectivo, correspondientes al saldo no distribuido de las utilidades acumuladas del ejercicio 2015. Adicionalmente, se declaró S/ 3.2 millones proveniente del cambio en la política contable relacionado al tratamiento de las inversiones en subsidiarias. Además, se declaró S/ 0.4 millones con cargo al exceso del límite de la Reserva Legal. Entre los tres conceptos se alcanzó la suma de S/ 294.6 millones.

Asimismo, en las sesiones de Directorio de abril y agosto de 2016, se declararon dividendos a cuenta de las utilidades de dicho ejercicio, por S/ 351.6 millones y S/ 270.4 millones que fueron pagados a partir de mayo y setiembre de 2016, respectivamente.

Otras reservas

Existe un exceso del límite de la Reserva Legal por S/ 0.1 millones, cuya distribución se propondrá a la Junta General de Accionistas. Adicionalmente, existe una reserva proveniente de la provisión de *share options* no pagada por S/ 17.1, respecto de la cual también se propondrá su distribución.

Nuestra gente

Gestión humana

Este año, el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco) y Universidad Esan reconocieron a Backus como **la mejor empresa para atraer y fidelizar talento en el país**; mientras que Laborum y Arellano Marketing galardonaron a la Compañía como la **marca empleadora #1** en el IV Estudio "Donde Quiero Trabajar". Por su parte, Pricewaterhouse Cooper y el Diario Gestión ubicaron a Backus, por quinto año consecutivo, **entre las 10 empresas más admiradas para trabajar en el Perú**; y el estudio Merco Empresas calificó a la Empresa como la **segunda empresa con mejor reputación corporativa** del país. Todo esto sumado a muchos otros premios otorgados a las marcas comerciales de la Compañía, así como reconocimientos y condecoraciones para sus prácticas de Desarrollo Sostenible, Manufactura, Cadena de Suministro, entre otros.

En el 2016, la estrategia de gestión humana de Backus tuvo como objetivo **SER EL MEJOR EQUIPO DEL CUAL FORMAR PARTE**, y las acciones desarrolladas se enfocaron en los siguientes puntos.

Continuar impulsando "Trabajo con Significado".

Fortalecer la "Cultura de Alto Desempeño e Innovación".

Desarrollar a sus colaboradores.

Implementar programas para la atracción y desarrollo del talento.

Todo lo anterior se llevó a cabo, mientras que se realizaba un intenso trabajo de sensibilización y preparación para el cambio de control que sucedería –y sucedió- en octubre.

Impulsar Trabajo con Significado

Durante el 2016 se llevó a cabo el cuarto diagnóstico de "Trabajo con Significado", para conocer los criterios que suman y aportan mayores niveles de motivación en nuestros equipos. Se entrevistó al 19% de la población en 201 sesiones a nivel nacional. Este diagnóstico, ha permitido seguir direccionando planes de acción a medida para comprometer, motivar y continuar desarrollando al talento en la organización.

Complementariamente a estos planes de acción por áreas, desde Recursos Humanos se implementaron acciones trasversales, orientadas a que los trabajadores encuentren en Backus un "Trabajo con Significado".

Tuvimos diversos espacios para asegurar que los trabajadores conozcan información relevante del negocio, estén más cerca del liderazgo de la empresa y cuenten con oportunidades para dar a conocer sus dudas. Se trata de eventos denominados "Cómo nos Va en el Negocio", en los que el Gerente General presenta resultados de ventas, aborda nuevas iniciativas de nuestras marcas, reconoce los más destacados logros corporativos y comerciales, entre otros temas de interés general. Estas sesiones se realizan con periodicidad mensual para ejecutivos, y trimestral para todos los niveles jerárquicos de las sedes en Ate.

Dichas sesiones, que han pasado a formar parte de las estrategias de comunicación interna más potentes, complementan el desafío de hacer de cada oportunidad un motivo de orgullo y una evidencia de que Backus es un "Trabajo con Significado". Desde los logros de las marcas, la gente o la Empresa, hasta los diversos beneficios que ofrece la organización a sus trabajadores y sus familias.

Otro tema de gran relevancia en la estrategia de comunicación interna fue preparar a los colaboradores para la combinación de SABMiller con AB InBev. Se creó un nuevo medio interno de comunicación para compartir actualizaciones frecuentes sobre los avances en la negociación, mensajes de los líderes para promover la apertura al cambio, información pública relevante sobre las prácticas de gestión y la cultura organizacional de AB InBev, y compartir material sobre procesos de cambio, etapas que atraviesan las personas al experimentar grandes cambios, reacciones comunes y alternativas de acción.

Periódicamente, se llevaron a cabo *focus groups* para conocer los temas que generaban mayor incertidumbre para ofrecer respuestas claras y oportunas.

Entre los beneficios formativos y recreativos ofrecidos, destacan el programa de becas que se otorgó a los hijos de los colaboradores que cursaron educación primaria (392 niños beneficiados), secundaria (290), técnica (22) y universitaria (171) con un alto rendimiento académico.

Se celebraron eventos de "Navidad Backus" a nivel nacional, en los cuales los trabajadores pudieron compartir junto a sus hijos menores de 12 años diversas actividades y regalos.

Otra de las actividades realizadas fueron degustaciones o catas cerveceras para familiares en las instalaciones de la empresa (544 participantes), logrando así un acercamiento de las familias a la cultura y productos Backus. En cuanto a las actividades de integración, la más resaltante fue la Copa Cristal 2016, desarrollada durante los meses de agosto y setiembre con una participación de 1606 personas a nivel nacional.

También se promovieron mejoras en las condiciones de trabajo para nuestra gente. Entre ellas, se continuó implementando infraestructura para el desplazamiento de personas con discapacidades físicas o visuales en las sedes de Arequipa, Cusco y Rímac. En Ate, en la sede administrativa, se reemplazaron las luminarias convencionales por LED, contribuyendo a un menor impacto en el ambiente, y se colocaron pisos ecológicos de bambú, brindando mayor comodidad y salud a los colaboradores. En Cusco también se construyó un vestuario para el personal femenino.

Dentro de las estrategias para impulsar "Trabajo con Significado", los esquemas de remuneraciones y compensaciones también fueron un aspecto sumamente relevante. Así, con la finalidad de mantener la competitividad de las remuneraciones en el mercado, se realizó la revisión de escalas salariales para los diferentes niveles de la Compañía, con miras a mantener una posición competitiva y optimizar la equidad interna. Se consideró, como la variable más relevante, el desempeño de los trabajadores y talentos clave; en función a estudios salariales de reconocidas consultoras que tomaron como muestra las empresas más representativas del mercado peruano.

En la evaluación del Paquete Total de Compensaciones se mantuvo los beneficios relacionados a la calidad vida/trabajo como el Horario Flexible, con un impacto positivo en los colaboradores.

392
niños beneficiados con becas de estudio

Durante el 2016, se continuó con el proceso de Negociación Colectiva con el Sindicato Nacional de Trabajadores Empleados (SINTRAE) iniciado en febrero de 2015; sindicato minoritario que representa a trabajadores empleados del sector comercial de algunos de los Centros de Distribución. En agosto del 2016 se concluyó este proceso en trato directo, con la suscripción de un Convenio Colectivo por cuatro (04) años de vigencia por el período mayo 2015 a mayo 2019.

Como otro hecho de interés, en setiembre del 2016 se conforma un nuevo sindicato, también minoritario, denominado "Sindicato Unión Fuerza Backus", que congrega a trabajadores empleados del sector comercial de un grupo de los Centros de Distribución a nivel nacional, con el que al cierre del año no se contaba con un convenio colectivo suscrito.

Como parte del proceso de relacionamiento con las distintas organizaciones sindicales, se continúan llevando a cabo mesas de trabajo con representantes sindicales y de la empresa que permiten atender de manera proactiva las diversas oportunidades de mejora detectadas a través del diálogo.

Fortalecer la "Cultura de Alto Desempeño e Innovación"

En el 2016 se dio especial énfasis a algunos de los criterios para impulsar "Trabajo con Significado", tales como:

- Se brindó reconocimiento y retroalimentación a los colaboradores, a través de la "Cultura de Alto Desempeño e Innovación".
- Se concentraron esfuerzos en propiciar espacios de comunicación clara, directa y oportuna entre líder y colaborador.
- Se realizó el reconocimiento a los Comportamientos de Liderazgo de SABMiller y proyectos innovadores, potenciado a partir de la renovación del programa "Cultura de Alto Desempeño e Innovación", con tres categorías alineadas a las necesidades del negocio que premian y celebran los éxitos de nuestra gente.

Es así que:

232

colaboradores fueron reconocidos en la categoría Colabora, la cual reconoce proyectos destacados e innovadores en equipos interfuncionales.

1,015

colaboradores recibieron reconocimientos en la categoría Supera, por su participación en proyectos que evidencian excelencia y exceden las metas.

737

destacaron en la categoría Lidera, como embajadores de la cultura organizacional, siendo un claro ejemplo de nuestros Valores y los Comportamientos de Liderazgo de SABMiller.

A su vez, se incorporó una cuarta categoría CAD: Innova, cuyo objetivo es promover una cultura de innovación incentivando la generación de ideas, individuales y grupales, que respondan a necesidades del negocio y resulten en una fuente de información para el desarrollo de proyectos. Este primer año se obtuvieron 110 ideas innovadoras, 24 ideas preseleccionadas y tres ideas ganadoras, reconociendo a un total de 47 personas.

Desarrollar a Nuestra Gente

Uno de los criterios clave para el desarrollo y crecimiento sostenido de la Organización está alineado a brindar oportunidades de aprendizaje y desarrollo a su gente.

Por ello, en el 2016, este criterio recibió una atención especial; enfocándolo en el desarrollo de los líderes al implementar diversas iniciativas de aprendizaje; entre ellas un espacio llamado "Foro de Liderazgo", promovido por el Gerente General, y dirigido a Gerentes, Directores y Vicepresidentes, con el fin de mantener actualizados a los líderes sobre temas claves relacionados al negocio y a su rol. En estos foros se cuenta con la presencia de excelentes ponentes y líderes en sus rubros como David Fishman, Javier Echevarría, Gustavo Zerbino y Roberto Lerner.

Así también, se desarrolló el ALP (Action Learning Program) como estrategia de desarrollo para líderes, exponiéndolos a situaciones complejas y reales de negocio a través de equipos multifuncionales que debían plantear soluciones a dichos temas. Durante el 2016, se conformaron un total de nueve equipos con un impacto en 66 líderes que tuvieron la oportunidad de desarrollarse con soluciones reales a necesidades del negocio, mientras que se reforzaba un buen mecanismo para promover el desarrollo y aprendizaje en la Compañía.

En la línea de desarrollo de líderes, se implementó el "Programa de Liderazgo para Directores", el cual fue desarrollado en dos módulos que cubrieron temas de pensamiento estratégico y liderazgo. Este programa estuvo dirigido a 41 Directores, quienes a lo largo de 16 horas de capacitación formal, lograron fortaleces su rol como líderes ante situaciones de cambio.

Asimismo, se continuó con el despliegue del Programa “Leading Others” (Liderando a Otros), iniciativa global orientada al desarrollo de habilidades de liderazgo a nivel de Gerentes en toda la Compañía, impactando a 217 colaboradores. El programa contempló una fase de evaluación, previa a los talleres, y el soporte personalizado de un tutor a cada gerente participante. En el año, se desplegaron los tres módulos del programa: “De Miembro a Líder de un Equipo”, “Liderando al Equipo” y “Haciendo que las Cosas Sucedan”. En dichos despliegues se han desarrollado 24 horas de capacitación formal por persona y se alcanzó un alto nivel de satisfacción.

Además, se implementó el programa de liderazgo “Leading Others” para supervisores en una de las plantas, logrando impactar en 37 colaboradores, quienes recibieron talleres y tutoría sobre temas de liderazgo, gestión de cambio y gestión de equipos.

Buscando desarrollar a los colaboradores desde su primer día de trabajo en la Compañía, se rediseñó el “Programa de Inducción a la Empresa” optimizando tiempos, logrando así el objetivo de facilitar la adaptación del nuevo colaborador a la cultura de la Empresa y al puesto de trabajo en menor tiempo. En este espacio se abordan especialmente los siguientes temas:

- Nuestra Empresa
- Portafolio de marcas
- Cómo se hace la cerveza
- Modelo Comercial
- Cómo desarrollamos a nuestra gente

El programa contempló, además de talleres, visitas guiadas a la planta de producción y al mercado, de la mano de expertos del negocio. Este año se logró impactar en 349 nuevos colaboradores y contar con 85 instructores internos.

También se desplegó el programa “Aprendiendo de Expertos”, iniciativa a través de la cual los expertos internos de la Compañía, que son profesionales de gran expertiz en algún campo, comparten con colaboradores voluntarios charlas vinculadas a su tema de especialización. A través de dicho programa se llegó a 250 colaboradores, quienes conocieron temas como: cadena de valor, proceso productivo, portafolio de marcas, *insigth* y planeamiento estratégico.

Entre otras iniciativas destacadas se encuentran:

- El programa de formación en Operación Segura de Montacargas, con impacto en 225 colaboradores.
- Los cursos de Green y Yellow Belt, impactando a 86 colaboradores que tuvieron la oportunidad de formarse en metodología de mejora continua.
- El curso de Gestión Operativa para Centros de Distribución, Equipos de Mejora Comercial y Roadshow logrando impactar a 41, 59 y 21 colaboradores respectivamente, lo que permitió el desarrollo de capacidades técnicas en distribución.
- El programa de Coaching para colegas de Asuntos Corporativos, el cual buscó desarrollar competencias blandas y un mejor enfoque de su plan de desarrollo individual.
- El taller de competencias comportamentales ofrecido a 95 Analistas Senior y Gerentes de Finanzas para consolidar competencias técnicas.
- El taller de Reinducción a los Business Partner de Recursos Humanos que logró estandarizar el conocimiento del rol a nivel nacional.
- El auspicio de idiomas que llegó a más de 50 colaboradores.

Finalmente y alineados al objetivo de brindar beneficios para el desarrollo de los colaboradores, se aumentó el número de instituciones con las cuales se tiene convenios educativos (ESAN, Centrum, Euroidiomas, UPC, entre otros). Hasta el momento se ha logrado beneficiar a 103 colaboradores mediante los descuentos corporativos aplicados por estos convenios.

349
nuevos colaboradores en Programa de Inducción a la empresa

Implementar Programas para la Atracción y el Desarrollo del Talento

SER EL MEJOR EQUIPO DEL CUAL FORMAR PARTE exige atraer a personas que enriquezcan la mezcla de talento de la empresa, y a la vez desarrollar al talento con el que cuenta la Compañía. El foco de nuestra labor respecto al talento, dado el contexto de cambio fue:

- Cuidar a los talentos clave
- Mejorar nuestra Marca Empleadora
- Preparar la información de nuestros colaboradores
- Incrementar la diversidad y balance de género

En base a estos factores se definieron diversas estrategias que se presentarán a continuación:

- Revisiones de talento: Como parte de la gestión del talento en la Compañía y la identificación y cuidado de los talentos claves, este año se cubrió un nivel jerárquico más con las revisiones de colaboradores de grados F-G, es decir, posiciones de analistas plenos y senior, coordinadores plenos y senior y jefes de todas las áreas de la Compañía. Se mapeó a una población de 850 personas, equivalente al 18% de la población total de Backus. Asimismo, se completó la revisión de los Gerentes y Directores con aquellos colaboradores que figuraban como no calificados (*unrated*) el año anterior (18 personas).
- Marca Empleadora: Se reforzó esta estrategia a fin de hacer más atractiva a la Compañía en el mercado para candidatos potenciales. Se siguió capitalizando el posicionamiento y reputación de Backus, con buenos resultados en términos de atracción de talento y de reconocimiento público. Logros como: Primer puesto Merco Talento – MERCO, Mejor empresa para trabajar – por Arellano Marketing y Primer puesto consumo masivo y Segundo puesto ranking general- por Laborum pueden relacionarse a la mayor visibilidad lograda durante el año en ferias y eventos universitarios, así como en redes sociales.
- La Compañía participó en cinco conferencias en instituciones educativas para fortalecer la Marca Empleadora. También en cinco ferias y jornadas laborales en distintas universidades en Lima y dos *assesments* personalizados con la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Se aprovechó la presencia de Backus en las redes sociales para generar atractividad ante futuros candidatos e impactar positivamente en la incorporación de nuevo talento. Al cierre 2016 Backus cuenta con 125,420 seguidores en Facebook (42% más que el 2015) y 71,339 en LinkedIn (28.58% más que el año previo). Esto impacta en el acceso a más perfiles profesionales en el mercado, algunos de los cuales ya forman parte de la Compañía.

En el 2016, la Compañía atrajo talento incorporando a 427 trabajadores a nivel nacional. A nivel gerencial, cubrimos 23 vacantes; el 22% de ellas incorporando candidatos externos con alto potencial, y el 50% identificando en el mercado talento femenino como parte de nuestra estrategia de incrementar la diversidad y balance de género.

Complementamos la estrategia de atracción de talento femenino con la ejecución de Eventos de Género, invitando de manera proactiva a profesionales mujeres a conocer nuestra empresa y dar a conocer su perfil profesional tanto en Lima como en provincias. Se llevaron a cabo cuatro eventos durante el año, y pensando en el desarrollo de nuestro talento femenino interno, desplegamos tres talleres de imagen profesional para analistas, coordinadoras y gerentes administrativas y del área de Televentas.

Durante este año, también preparándonos para el cambio de control, se hicieron campañas de comunicación para actualizar el Perfil del Candidato en SAP de manera que pudiéramos contar con información completa y actual sobre cada colaborador en la empresa.

Marca Empleadora

Primer puesto en Ranking Merco Talento y Ranking de Laborum como empresa de consumo masivo

Nuestro gobierno corporativo

Directorio

Nombre	Cargo	Desde
Alejandro Santo Domingo Dávila****	Presidente	2002
Francisco Mujica Serelle	Vicepresidente	2008
Carlos Alejandro Pérez Dávila****	Director	2002
Juan Carlos García Cañizares****	Director	2003
Carlos Bentín Remy	Director	2004
Manuel Romero Caro***	Director	2004
José Antonio Payet Puccio****	Director	2005
Niall William James Mitchell****	Director	2016
Bárbara Cecilia Bruce Ventura****	Director	2016
Karl Gunter Lippert**	Director	2011
Carmen Rosa Graham Ayllón****	Director	2014
Andrés Mauricio Peñate Giraldo**	Director	2013
Fernando Martín Zavala Lombardi*	Director	2013
Ricardo Manuel Frangatos Pires Moreira	Director	2016
Ricardo Lincoln Meyer Mattos	Director	2016
Rafael Esteban Alvarez Escobar	Director	2016

*Se aceptó su renuncia en la Sesión de Directorio de fecha 10 de julio del 2016.
**Se aceptó sus renuncias en la Sesión de Directorio de fecha 10 de octubre del 2016.
*** Presentó su renuncia irrevocable el 7 de noviembre del 2016.
**** Se aceptó sus renuncias en la Junta General de Accionistas de fecha 5 de diciembre del 2016.

Reseña de los miembros del Directorio

ALEJANDRO SANTO DOMINGO DÁVILA

Laboró para Violy, Byorum & Partners desde junio de 1999 hasta setiembre del 2002. Trabajó como banquero de inversiones concentrándose en telecomunicaciones, medios de comunicación e industrias de productos de consumo. Ha participado en la venta del control de la empresa Celumovil a BellSouth, la reestructuración de Avianca y su fusión con Aces, la compra de Compañía Nacional de Cervezas de Panamá y una inversión en UCP Backus y Johnston S.A.A. por Bavaria S.A. Antes de ingresar a VB&P, se graduó en la Universidad de Harvard con una especialización en historia. Es la cabeza del grupo BEVCO, accionista de AB InBev.

FRANCISCO MUJICA SERELLE

Vicepresidente del Directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde mayo del 2010. Fue responsable de la Asesoría Legal de UCP Backus y Johnston S.A.A. desde diciembre del 1963 hasta el 31 de marzo del 2008. Miembro del Directorio del Club Sporting Cristal S.A. Fue Presidente del Directorio de la Empresa de Transportes Aéreos del Perú (Aeroperú), desde agosto de 1985 hasta febrero de 1988. Ha sido miembro de comisiones consultivas ministeriales y ha ocupado cargos directivos en el Colegio de Abogados de Lima. Es autor de tres libros, el más reciente “Backus 1954/2009 de la Peruanización a la Globalización”. Abogado por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Hizo un post grado en la Universidad de París en la especialidad de Ciencias Sociales del Trabajo en 1965. Ha seguido numerosos cursos de especialización y de Administración de Empresas.

CARLOS ALEJANDRO PÉREZ DÁVILA

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

JUAN CARLOS GARCÍA CAÑIZARES

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

CARLOS BENTÍN REMY

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

MANUEL ROMERO CARO

Miembro del Directorio de la Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde marzo del 2004 hasta noviembre del 2016. Ha sido Gerente General y Presidente del Directorio de COFIDE. También ha sido Ministro de Estado en el despacho de Industria, Comercio, Turismo e Integración, y Representante Titular del Perú ante la Corporación Andina de Fomento, la Junta del Acuerdo de Cartagena, el Sistema Económico Latinoamericano y la Asociación Latinoamericana de Integración. Asimismo, se ha desempeñado como Decano del Colegio de Economistas del Perú. Fue Presidente Ejecutivo de la Corporación Gestión S.A. (que conformaban el Diario Gestión, Gestión Médica y CPN Radio). Ha sido Director de la Corporación Andina de Fomento (CAF), de la Cámara de Comercio de Lima, de Coferias del Pacífico, de la American Chamber of Commerce of Peru (AmCham Perú), entre otras empresas. Es Economista y Administrador de Empresas por la Universidad del Pacífico y Máster en Economía por el Instituto Politécnico y Universidad Estatal de Virginia, Blacksburg (EE.UU). Ha escrito numerosos artículos en temas propios de su profesión.

JOSÉ ANTONIO PAYET PUCCIO

Desde 1996, es socio del Estudio Payet, Rey, Cauvi, Pérez, Abogados, donde se especializa en Derecho Corporativo. Ha sido profesor en varias universidades de Lima y es autor de diversas publicaciones en los temas de su especialidad. Es Director de Brade S.A., Pesquera Hayduk S.A. e Hidrocañete S.A. Es Abogado graduado de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Máster en Derecho de la Universidad de Harvard (EE.UU).

KARL GUNTER LIPPERT

Miembro del Directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. (enero 2011 - octubre 2016). Fue Presidente de SABMiller Latinoamérica (enero 2011 - octubre 2016). Se desempeñó como Presidente de Bavaria S.A. (febrero 2006 - diciembre 2010). Director de Operaciones en SABMiller Polonia (junio 2003 - enero 2006). Director de Operaciones en SABMiller Hungría (marzo 2003 - mayo 2003). Director de Ventas y Distribución en SABMiller Europa (mayo 2000 - febrero 2003). Laboró en The South African Breweries Ltd. (1992 – 1999), desempeñándose como Gerente General del Cabo Este, Gerente de Servicios de Distribución, Gerente de Operaciones de Northern Transvaal y Asistente Ejecutivo del Director Regional. Bachiller y Maestría en Ingeniería Mecánica por la Universidad de Pretoria, Sudáfrica. Completó cinco años de estudios para el Doctorado en Administración de la Tecnología. Recibió el Premio del Decano para el mejor estudiante de Ingeniería en 1987. En marzo de 1989 fue distinguido con los Academic Colours de la Universidad de Pretoria. Recibió el premio al Ciudadano del Año en la categoría de Negocios de la Alcaldía de Puerto Elizabeth, Sudáfrica, en 1998.

ANDRÉS MAURICIO PEÑATE GIRALDO

Fue Vicepresidente Senior de Asuntos Corporativos de SABMiller Latinoamérica. En el 2007 se unió a Bavaria S.A. empresa filial colombiana de SABMiller como Director de Desarrollo Sostenible. Fue Ministro Adjunto de Defensa para el gobierno colombiano desde el año 2003 hasta el 2005. Durante este periodo fue el encargado de diseñar y supervisar la ejecución de los aspectos clave del éxito de la política de seguridad nacional del país. En el año 2005 fue nombrado Jefe del DAS, la Agencia de Inteligencia y Derecho Civil reportando directamente al Presidente de la República. De 1993 a 2002 ocupó diferentes posiciones en Asuntos Corporativos en British Petroleum (BP), que abarcaban desde el manejo de los conflictos vinculados con las grandes petroleras y desarrollo de gas, así como los asuntos políticos e internacionales. Durante su tiempo en BP trabajó en Colombia, Venezuela, Reino Unido, China y EE.UU. Comenzó su carrera como Analista de Políticas en Defensa y Seguridad Nacional para la oficina del Presidente de Colombia. Es economista, y cuenta con una Maestría de Filosofía en Estudios de América Latina, asimismo, cuenta con un grado de la Universidad de Oxford (1991).

FERNANDO MARTÍN ZAVALA LOMBARDI

Ejerció el cargo de Gerente General y Director de UCP Backus y Johnston S.A.A. desde el 1 de noviembre del 2013 hasta el 10 de julio del 2016. En agosto del 2006, se incorporó a UCP Backus y Johnston S.A.A. como Vicepresidente de Estrategia y Relaciones Corporativas y, posteriormente, se desempeñó como Presidente de Cervecería Nacional S.A., subsidiaria de SABMiller plc en Panamá. Antes de unirse a SABMiller, trabajó en el sector público peruano durante once años, habiendo ocupado los cargos de Ministro de Economía, Viceministro de Economía y Gerente General del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Ha sido Gobernador del Perú ante el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo, así como miembro del Directorio de la Corporación Andina de Fomento, del Directorio de Cofide, Promperú, entre otros. Además, está activamente involucrado con las ONG que trabajan para mejorar la educación en el Perú y es miembro del Consejo de la Agenda Global del Foro Económico Mundial en América Latina. Economista graduado de la Universidad del Pacífico, cuenta con una Maestría en Dirección de Empresas de la Universidad de Piura. Asimismo, cuenta con un MBA de la Universidad de Birmingham, Inglaterra. Actualmente, es el Presidente de Consejo de Ministros del Perú.

CARMEN ROSA GRAHAM AYLLÓN

Miembro del Directorio de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. desde diciembre del 2014 hasta diciembre del 2016. Consultora internacional en gestión privada. Es miembro del Directorio de Interbank S.A.A., Ferreycorp S.A., Entel Perú S.A. y Camposol S.A. Presidente del Capítulo Peruano de Women Corporate Directors (WCD), miembro de Consejos de APM Terminals, Empresarios por la Educación, entre otros. Ha sido Presidente de la Fundación Backus, Rectora de la Universidad del Pacífico, Gerente de Estrategia Regional de IBM, Gerente General de IBM Perú-Bolivia y Gerente General de IBM Colombia. También, fue Directora de la Cámara de Comercio Peruano Americana AMCHAM, IPAE Acción Empresarial y Presidente de CADE Ejecutivos y CADE Universitario. Es Administradora de Empresas de la Universidad del Pacífico, es también Ingeniera de Sistemas de IBM, y cuenta con un MBA de Adolfo Ibañez School of Management en Florida. Tiene estudios en la Universidad de Georgetown, la Universidad de Harvard (EE.UU), la Universidad de Monterrey (México), entre otras.

BÁRBARA CECILIA BRUCE VENTURA

Se graduó como Ingeniero Geólogo en la Universidad Nacional de Ingeniería del Perú y luego realizó una maestría en Ingeniería de Reservorios en el Colorado School of Mines, Estados Unidos. En abril del 2010, obtuvo un MBA en la Escuela Adolfo Ibañez de Miami. Ingresó a Hunt Oil en diciembre del 2004 como Sub-Gerente General y en el año 2006 fue nombrada Gerente General de PERÚ LNG, liderando la construcción e inicio de operaciones de PERÚ LNG, la primera planta de LNG en Perú y Sudamérica. Desde enero del 2011, ocupa el cargo de Presidente y Gerente General de Hunt Oil Company of Peru. Actualmente, forma parte del Directorio de la Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM), de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE), de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX), y del Banco de Crédito del Perú.

RICARDO MANUEL FRANGANTOS PIRES MOREIRA

Es Presidente de la Zona COPEC (Colombia, Ecuador y Perú). Anteriormente, fue VP de Mercadeo de AB InBev para la Zona México. Se unió a Ambev en 1995 y ocupó varios cargos en las organizaciones de Ventas y de Finanzas. En el 2013, Ricardo se trasladó a México para dirigir las organizaciones de Ventas, Mercadeo y Distribución, y ha liderado una sobresaliente integración comercial con el Grupo Modelo, logrando resultados en los ingresos brutos y entregando un crecimiento relevante del estado de las marcas, especialmente para Corona. Es ciudadano portugués y se graduó como Ingeniero Mecánico de la Universidad Federal de Rio de Janeiro en Brasil y cursó una especialización en Gerencia en la Universidad de Chicago.

RICARDO LINCOLN MEYER MATTOS

Ws Vice Presidente de Finanzas de AB InBev para la Zona COPEC. Anteriormente, era el VP de Finanzas de la Zona México de AB InBev. Es ciudadano brasileño y tiene una Licenciatura en Ciencias en Ingeniería, Automatización y Control de la Universidad de São Paulo y un MBA en Finanzas del MIT Sloan School of Management. Se unió al Grupo Modelo en el 2004 y fue el Presidente de EMEA antes de la combinación con AB InBev.

RAFAEL ESTEBAN ALVAREZ ESCOBAR

Es Presidente de la Unidad de Negocios Perú y Gerente General de Backus. Anteriormente, era Presidente de Industrias La Constancia (ILC), una subsidiaria de SABMiller en El Salvador. Es ciudadano colombiano y se graduó como Ingeniero Civil de la Escuela de Ingeniería de Antioquia. Se unió a SABMiller en el 2009 en el Hub de Latinoamérica como Director de Trade Marketing, y previamente se desempeñó como VP de Ventas en ILC. Antes de unirse a la industria de bebidas, ocupó varias posiciones en Colombia, Venezuela y la región de Latinoamérica en la industria de bienes de consumo.

Otros aspectos relacionados con el Directorio

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

Los directores independientes de la Organización son los señores:

- Francisco Mujica Serelle
- Carlos Bentín Remy
- Manuel Romero Caro*
- Carmen Rosa Graham Ayllón*
- José Antonio Payet Puccio*
- Bárbara Cecilia Bruce Ventura *

El porcentaje que representa el monto total de las remuneraciones de la Plana Gerencial, incluido el Gerente General, respecto al nivel de ingresos brutos, según los Estados Financieros de la Organización, es 0.510077%.

Dividendos declarados el año 2016

En febrero del 2016, la Junta General de Accionistas acordó repartir S/ 291.0 millones como dividendo en efectivo, correspondientes al saldo no distribuido de las utilidades acumuladas del ejercicio 2015. Adicionalmente, se declaró S/ 3.2 millones proveniente del cambio en la política contable relacionado al tratamiento de las inversiones en subsidiarias. Adicionalmente, se declaró S/ 0.4 millones con cargo al exceso del límite de la Reserva Legal. Entre los tres conceptos se alcanzó la suma de S/ 294.6 millones.

Asimismo, en las sesiones de Directorio de abril y agosto del 2016, se declararon dividendos a cuenta de las utilidades de dicho ejercicio, por S/ 351.6 millones y S/ 270.4 millones que fueron pagados a partir de mayo y setiembre del 2016, respectivamente.

*Se aceptó la renuncia a su cargo de Director en la Junta General de Accionistas de fecha 5 de diciembre del 2016.

Plana gerencial

Nombre	Título	Cargo	Desde
Fernando Martín Zavala Lombardi	Economista	Gerente General	2013 a 2016
Rafael Esteban Alvarez Escobar	Ingeniero Civil	Gerente General	2016 a la fecha
Augusto Rizo Patrón Bazo	Especialista en Transportes	Gerente de Distribución	2006 a 2016
Bret Rogers	Administrador de Empresas	Gerente de Recursos Humanos	2006 a 2016
Luis Felipe Cantuarias Salaverry	Abogado	Gerente de Asuntos Corporativos	2010 a 2016
Rolando Ramón Caro Härter	Ingeniero Químico	Gerente de Manufactura	2011 a 2016
Gustavo Noriega Bentín	Administrador de Empresas	Gerente de Logística	2011 a 2016
Julian Coulter	Licenciado de Economía y Negocios	Gerente de Marketing	2012 a 2016
Fernando José Alegre Basurco	Ingeniero Industrial	Gerente de Planeamiento Estratégico	2013 a 2016
Rodrigo Iván Mejía Miranda	Psicólogo	Gerente de Ventas	2013 a 2016
Paul Aloysius D'Silva	Licenciado en Comercio	Gerente de Finanzas	2014 a 2016

Reseña de la plana gerencial

FERNANDO MARTÍN ZAVALA LOMBARDI

Ejerció el cargo de Gerente General y Director de UCP Backus y Johnston S.A.A. desde el 1 de noviembre del 2013 hasta el 10 de julio del 2016. En agosto del 2006, se incorporó a UCP Backus y Johnston S.A.A. como Vicepresidente de Estrategia y Relaciones Corporativas y, posteriormente, se desempeñó como Presidente de Cervecería Nacional S.A., subsidiaria de SABMiller plc en Panamá. Antes de unirse a SABMiller, trabajó en el sector público peruano durante once años, habiendo ocupado los cargos de Ministro de Economía, Viceministro de Economía y Gerente General del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Ha sido Gobernador del Perú ante el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo, así como miembro del Directorio de la Corporación Andina de Fomento, del Directorio de Cofide, Promperú, entre otros. Además, está activamente involucrado con las ONG que trabajan para mejorar la educación en el Perú y es miembro del Consejo de la Agenda Global del Foro Económico Mundial en América Latina. Economista graduado de la Universidad del Pacífico, cuenta con una Maestría en Dirección de Empresas de la Universidad de Piura. Asimismo, cuenta con un MBA de la Universidad de Birmingham, Inglaterra. Actualmente, es el Presidente de Consejo de Ministros del Perú.

RAFAEL ESTEBAN ALVAREZ ESCOBAR

Es Presidente de la Unidad de Negocios Perú y Gerente General de Backus. Anteriormente, era Presidente de Industrias La Constancia (ILC), una subsidiaria de SABMiller en El Salvador. Es ciudadano colombiano y se graduó como Ingeniero Civil de la Escuela de Ingeniería de Antioquia. Se unió a SABMiller en el 2009, en el Hub de Latinoamérica como Director de Trade Marketing, y previamente se desempeñó como VP de Ventas en ILC. Antes de unirse a la industria de bebidas, ocupó varias posiciones en Colombia, Venezuela y al región de Latinoamérica en la industria de bienes de consumo.

AUGUSTO RIZO PATRÓN BAZO

Fue Gerente de Distribución desde marzo hasta diciembre del 2016. Graduado en Administración de Transportes en Chelsea College of Aeronautical & Automobile Engineering (Reino Unido), MSc en Logística y Transportes en la Universidad de Aston (Reino Unido). Asimismo, ha seguido cursos de perfeccionamiento en Transportes y Logística en la Escuela de Transportes de la Universidad de North Western (EE.UU.) y de Desarrollo de Ejecutivos de Latinoamérica en Kellogg School of Management en la misma universidad. Ha participado en los programas de Desarrollo Directivo y de Desarrollo de Operaciones en la Universidad de Piura.

BRET ROGERS

Gerente de Recursos Humanos desde marzo hasta diciembre del 2016. Se desempeñó como Director de Logística Management en Cervecería Hondureña durante cinco años, así como miembro del Directorio durante dos años. Graduado en Administración de Negocios, con mención en Finanzas por la California State University. Obtuvo los grados de Master of International Management y Master of International Economic Policy, en el American Graduate School of International Management, Thunderbird Campus (EE. UU) y en la Universidad de Belgrano (Argentina) respectivamente.

LUIS FELIPE CANTUARIAS SALAVERRY

Gerente de Asuntos Corporativos desde febrero del 2010 hasta agosto del 2016. Ingresó al Grupo SABMiller en el 2006 y desempeñó el cargo de Senior Vice-President Corporate Affairs para Latinoamérica, siendo responsable a nivel regional de las estrategias de Desarrollo Sostenible, Comunicación Corporativa y Manejo de Riesgos, así como del área Legal y de Seguridad, entre otros temas de asuntos externos. Es además miembro del Comité Ejecutivo de SABMiller Latinoamérica. Tuvo una destacada participación en el sector público como Jefe de Gabinete del Primer Ministro del Perú en el periodo 1996-1998. Ocupó el cargo de Vicepresidente Comercial y de Asuntos Corporativos en la empresa minera Antamina. Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, cuenta con una maestría en Derecho con mención en Finanzas Corporativas por la Universidad de Harvard (EE.UU).

ROLANDO RAMÓN CARO HÄRTER

Gerente de Producción desde el 1 de marzo del 2011 hasta diciembre del 2016, cuando pasó a desempeñar una función regional para AB InBev. Es Ingeniero Químico, graduado en la Universidad Nacional San Agustín de Arequipa e Ingeniero Cervecero y de Tecnología de Bebidas, graduado en la Universidad Técnica de München, Weihenstephan, Alemania. Presidente del Comité Técnico de Fabricantes de Cerveza de Latinoamérica desde el año 1995 hasta el año 2000. Asimismo, fue Director de SENATI Arequipa. Entre el 2000 y 2011 se desempeñó como Gerente de Producción de Industrias La Constancia, El Salvador, una filial de SABMiller. Gerente de Producción de SABMiller en Centroamérica (El Salvador, Honduras) y también se desempeñó como Gerente de Producción en la filial de SABMiller en Panamá. En el 2007 fue galardonado como Miembro Honorario de la Universidad Técnica de München, Weihenstephan, Alemania, reconocimiento entregado, por primera vez, a un latinoamericano ajeno al mundo académico de la universidad.

GUSTAVO NORIEGA BENTÍN

Gerente de Logística desde agosto del 2011 hasta diciembre del 2016. Es Bachiller en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico y MBA por el IESE Business School de la Universidad de Navarra, España. Ha sido Vicepresidente de Finanzas de Cervecería Hondureña (San Pedro Sula, Honduras), Subgerente de Planificación Financiera y Subgerente de Sistemas de Información de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.

JULIAN COULTER

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

FERNANDO JOSÉ ALEGRE BASURCO

Gerente de Planeamiento Estratégico desde noviembre del 2013, Gerencia que fue creada en octubre del 2013 por la Organización, en atención a las funciones desempeñadas por el área de Planeamiento Estratégico y su rol protagónico en el proceso de diseño de la estrategia de la sociedad. Se incorporó a SABMiller en el año 2008, ocupando la posición de Director de Planeamiento Estratégico de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y, posteriormente, fue Director de Planeamiento Estratégico para la región Latam de SABMiller. En el 2011, regresó a UCP Backus y Johnston S.A.A. como Director de Proyectos de la Vicepresidencia de Ventas y, en el 2012, fue nombrado Director de Planeamiento Estratégico. Antes de unirse a SABMiller, se desempeñó de forma exitosa por cuatro años en consultoría estratégica en A.T. Kearney en Chicago y, luego, fue Director de Estrategia en Southern Wine and Spirits, la distribuidora más grande de vinos y licores en Estados Unidos. Es Bachiller en Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, contando con un Master en Administración de Negocios, con especialización en Estrategia y Finanzas, de Ross Business School de la Universidad de Michigan.

RODRIGO IVÁN MEJÍA MIRANDA

Fue elegido para ocupar el cargo de Gerente de Ventas en la sesión de Directorio del 19 de abril del 2013, iniciando funciones el 1 de junio del 2013. Se incorporó a SABMiller en el año 2012, ocupando el puesto de Director de Marcas Globales y Exportaciones de la Gerencia de Marketing de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. en los últimos meses. Cuenta con trece años de experiencia en el segmento de Consumo Masivo, habiéndose desempeñado de forma exitosa por siete años en Procter & Gamble Perú S.R.L., en las áreas de Ventas y Market Strategy & Planning. Posteriormente, fue Gerente Nacional de Red Bull para la Región Sudamérica 2 (Perú, Ecuador y Bolivia), Director Regional de Ventas Red Bull Sudamérica (Región Andina), Gerente General Red Bull Sudamérica (Región Andina) y finalmente alcanzó la posición de Gerente General de Red Bull Energy Drink en México. Es psicólogo graduado de la Pontificia Universidad Católica del Perú y cuenta con un MBA, con especialización en Marketing y Ventas, de la Universidad de Piura.

PAUL ALOYSIUS D'SILVA

Gerente de Finanzas nombrado a través de la sesión de Directorio de fecha 3 de junio del 2014. Durante más de 20 años de servicio en el grupo SABMiller, ha ocupado la dirección financiera de las operaciones de SABMiller en Uganda, India, Ghana y Botswana. Anteriormente se desempeñó como Gerente de Finanzas en SABMiller India. Estudió Comercio en la Universidad de Bangalore y posee un postgrado en Contabilidad por el Institute of Chartered Accountants.

Comité de buen gobierno corporativo

El Comité de Buen Gobierno Corporativo, cuyo objetivo principal es recomendar al Directorio sistemas para la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de Buen Gobierno Corporativo de la Organización, al finalizar el 2016, estuvo integrado por:

Presidente: Dr. Francisco Mujica Serelle
Sr. Carlos Bentín Remy – Director independiente
Sr. José Antonio Payet Puccio – Director independiente (desde noviembre 2014)
Dr. Juan Malpartida del Pozo – Asesor Legal
Dr. Adrián Pastor Torres – Compliance Officer

En línea con nuestras buenas prácticas de gobierno, el Comité revisa el cumplimiento de los principios de Buen Gobierno Corporativo, el cumplimiento de los reglamentos del Directorio, de la Junta de Accionistas y de las Normas Internas de Conducta sobre hechos de importancia, información reservada y otras comunicaciones, que forman parte de la política de información.

Asimismo, ha verificado que no se haya producido algún conflicto de intereses entre la administración, los miembros del Directorio y los accionistas; y verificado la no existencia de algún proceso por uso fraudulento de activos corporativos o abuso en transacciones entre partes interesadas.

Durante el ejercicio 2016, nuevamente, la Bolsa de Valores de Lima nos reconoció por el Cumplimiento de Buenas Prácticas Corporativas.

Nuestro compromiso

Premios y reconocimientos
recibidos durante el año 2016

Premios	Categorias
Premio Latinoamérica Verde, por el Ministerio del ambiente de Ecuador	Backus fue reconocida en segundo lugar en la categoría Energía, por el proyecto Ecoparque.
Festival Iberoamericano de Publicidad (FIAP) 2016	Cerveza Cusqueña obtuvo tres galardones en el Festival, realizado recientemente en México, por su campaña “Primer panel telar tejido a mano”, la cual se trabajó conjuntamente con la agencia Wunderman Phantasia. Asimismo, ganó dos premios del público que, por primera vez se da en el FIAP, en las categorías “Elije el mensaje que más te gustó” y “El mensaje más convincente”.
Ministerio de Cultura	Fundación Backus obtuvo un importante reconocimientopor su contribución a la gestión cultural del Perú.
Premios DIGI	• Primer puesto de Guaraná con “Guaraná Retro” en la categoría Brand Awareness y Posicionamiento. • Primer puesto de Cusqueña con “El primer panel telar tejido a mano del mundo” en la categoría Crossmedia. • Segundo puesto de Maltin Power con “Biciclaje” en la categoría Crossmedia.
Cannes Lions	Bronce de San Juan con “Que Vuelva el Otorongo” en la categoría Media.
Premios EFFIE	• Effie de Oro: Pilsen Callao con Visita a tu pata “Reuniendo alrededor del mundo a los amigos de verdad” (Categoría Promociones de producto). • Effie de Plata: Pilsen Callao con “Fresca consistencia que continua generando valor y volumen” (Categoría Éxito Sostenible). • Effie de Bronce: Pilsen Callao con Leyes de la Amistad: Defendiendo el valor de la verdadera Amistad (Categoría Bebidas). • Effie de Bronce: Cusqueña con “El primer panel telar tejido a mano” (Promoción de Productos). • Effie de Bronce: Grolsh con “Grolsh llega a despertar la creatividad urbana de Lima” (Lanzamiento de Nuevos Productos).
Premios Anda	• Cusqueña, con Tejiendo la historia de lo *Premium* Peruano a través de la revaloración del telar andino tradicional (Innovación Comunicación Integrada). • Pilsen Callao, con Celebrando el día de la amistad con el Ramo Pilsen (Innovación en el uso de Medios Digitales). Panel bar del Mundo (Innovación en el uso de Comunicación no Tradicional).
EFFIE LATAM	Oro para cerveza San Juan por su campaña “Donde está el otorongo” y Plata para Cusqueña por su campaña Panel Telar Cusqueña.

Premios recibidos por varios años consecutivos

Desde el 2009 hasta el 2016 - Premio Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo otorgado por la Bolsa de Valores de Lima (BVL) en el marco del Índice de Buen Gobierno Corporativo por ocho años consecutivos.
Desde el 2012 hasta el 2016 - 10 Empresas Más Admiradas del Perú, por PWC y G de Gestión.
Desde el 2015 hasta el 2016 - Marca Empleadora, por Laborum Perú y Arellano Marketing.
Desde el 2015 hasta el 2016 - Marca Empleadora – Ranking Merco Talento.

Nuestra reputación: ética y transparencia

Programa integral de Ética Corporativa

En el 2016 se continuó con la difusión de nuestro Código de Ética y Política Anti-soborno entre nuestros colaboradores.

Siguiendo con las prácticas de transparencia de la Compañía, este año se solicitó a todos los colaboradores actualizar su declaración de conflicto de intereses. Asimismo, como es costumbre, se solicitó a los proveedores que los obsequios, regalos o cortesías, dirigidos a los funcionarios y colaboradores con ocasión de las fiestas navideñas, se conviertan en un donativo, a fin de ayudar a las instituciones que trabajan con los más necesitados.

Durante el ejercicio, el Comité de Ética recibió consultas vinculadas a la correcta aplicación del Código de ética y a temas de conflicto de intereses. Además, investigó y resolvió casos vinculados a: (i) contratos, (ii) activos y (iii) conflicto de intereses, habiendo formulado recomendaciones que ya han sido implementadas.

El Comité de Ética (al finalizar el 2016)
Presidente Francisco Mujica – Director independiente
Sr. Fernando Alegre Basurco
Sr. Bret Rogers
Sra. María Julia Sáenz
Dra. María Paz Torres Portocarrero - Responsable de la Secretaría

EFFIE LATAM

oro para cerveza San Juan por su campaña "Donde está el otorongo"

Información general y de operaciones

Datos generales de la sociedad

Denominación

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

Dirección, teléfono y fax

Domicilio: Nicolás Ayllón 3986, Ate, Lima

Teléfono: 311-3000

Fax: 311-3059

Constitución e inscripción en 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 de Rímac el 17 de enero de 1879.

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

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

Por escritura pública del 8 de noviembre de 2006 y escritura complementaria del 12 de febrero de 2007, expedida ante el Notario de Lima, doctor Eduardo Laos De Lama, Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. absorbió por fusión a la Compañía Cervecería del Sur del Perú S.A., Vidrios Planos del Perú S.A., Inmobiliaria Pariachi S.A., Muñoz S.A., Corporación Backus y Johnston S.A., Backus & Johnston Trading S.A., Embotelladora San Mateo S.A., Inversiones Nuevo Mundo 2000 S.A. y Quipudata S.A. Por este acto, Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. asumió el pasivo y el activo de las empresas absorbidas, las que se disolvieron sin liquidarse. Esta fusión figura inscrita en las partidas registrales de todas las sociedades participantes de la fusión.

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

Grupo económico

La sociedad forma parte del grupo económico ANHEUSER – BUSCH INBEV (AB InBev), cuya actividad principal es la fabricación y distribución de bebidas, siendo la compañía global líder en la categoría cerveza.

Denominación y objeto social de las principales entidades

Razón social	Objeto
AB InBev SA/NV	Corporación Financiera y Holding
SABMiller Southern Investments Limited.	Inversionista
Bavaria S.A.	Elaboración, embotellado y comercialización de cerveza y bebidas gaseosas
Racetrack Perú S.R.L.	Holding
Cervecería San Juan S.A.	Producción y comercialización de cerveza, bebidas, aguas y jugos
Transportes 77 S.A.	Servicios de transporte y mantenimiento de vehículos
Naviera Oriente S.A.C.	Transporte fluvial y terrestre
Inmobiliaria IDE S.A.	Proyectos y negocios inmobiliarios
Club Sporting Cristal S.A.	Actividades deportivas

Capital social

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

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

Clase, número y valor de acciones

La sociedad tiene tres clases de acciones:

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

Cervecería San Juan S.A., filial de la sociedad, es titular de

8.5771%

de las acciones Clase B y de

0.2225%

del capital social.

Acciones emitidas por la Empresa

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

Estructura accionaria

Accionista	Tenencia	Porcentaje	Nacionalidad
Racetrack Perú S.R.L	51'879,879	68.2213%	Peruana
Bavaria S.A.	23'761,797	31.2464%	Colombiana
Total Acciones Clase A	**76'046,495**		
Fondo Popular 1 Renta Mixta	1,059,767	52.3159%	Peruana
Cervecería San Juan S.A.	173,747	8.5771%	Peruana
Total Acciones Clase B	**2'025,707**		
Racetrack Perú S.R.L.	506'286,391	88.8979%	Peruana
Total Acciones de Inversión	**569'514,715**		

Composición accionaria

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

Acciones sin derecho a voto	Clase B	
Tenencia	**N° de accionistas**	**% de participación**
Menor a 1%	1,123	19.2485
Entre 1-5%	8	19.8585
Entre 5-10%	1	8.5771
Mayor a 10%	1	52.3159
	1,133	**100.0000**

Acciones sin derecho a voto	Inversión	
Tenencia	**N° de accionistas**	**% de participación**
Menor a 1%	8,389	9.9030
Entre 1-5%	1	1.1991
Entre 5-10%	0	0.0000
Mayor a 10%	1	88.8979
Total	**8,391**	**100.0000**

Descripción de las operaciones

Respecto a la entidad emisora

Objeto social

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

Clasificación industrial internacional uniforme

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

Plazo de duración

- El plazo de duración de la entidad es indefinido.

Evolución de las operaciones del emisor

- **Evolución de Backus desde su constitución**

  Desde 1992, Backus inició el proceso de mejoramiento continuo de la calidad total (PMCT), asesorada por la empresa Holos de Venezuela. Posteriormente, 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, SMV), sujeta a las normas específicas que regulan este tipo de sociedades.
  - En abril del 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 el 2004 y 2005, Backus puso en marcha los proyectos de creación de valor en todas sus áreas, con el objeto de afrontar la competencia y mejorar la rentabilidad. Asimismo, Backus decidió centralizar los esfuerzos en el negocio principal y, por lo tanto, dejar de invertir en actividades poco rentables. De esa manera, se vendieron las acciones de Corporación Novasalud S.A., Embotelladora Frontera S.A. y con ella, la Corporación Boliviana de Bebidas y Agro Industrias Backus S.A.

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

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

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

Cambio de control en la casa matriz

El 10 de octubre del 2016 se produjo el 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 pasa a formar parte de una de las compañías de productos de consumo más grandes del mundo, con un gran portafolio de marcas complementarias que ofrecería más opciones a los consumidores de cerveza a nivel global, generando mayores oportunidades de crecimiento y mayor valor.

Descripción del sector

La industria cervecera peruana, durante la mayor parte del 2016 estaba integrada por el Grupo Backus –subsidiaria del grupo anglo sudafricano SABMiller–, Ambev Perú –subsidiaria de la holding belga brasileña estadounidense Anheuser Bush Inbev–, Ajegroup –propiedad del Grupo Añaños y otros pequeños productores locales como Cervecería Amazónica, el Grupo Torvisco y cervecerías artesanales. Sin embargo, en el mes de octubre se concretó la compra de SABMiller por parte de AB InBev a nivel global y se realizó el cambio de control de la empresa, manteniendo en Perú a Backus como subsidiaria.

Grupo Backus, subsidiaria de SABMiller, es líder en el mercado cervecero nacional, y tenía una capacidad instalada de producción de cerveza de 15.6 millones de Hl por año. Cervecería Backus es el principal abastecedor de cerveza en las regiones norte, centro y sur del país. Cervecería San Juan

abastece al mercado en la región amazónica. Aunque cada marca jugaba un rol en cada territorio, en general, Backus comercializaba Abraxas en el segmento *Ultra Premium*, Miller, Grolsch y Peroni en el segmento *Super Premium*, Cusqueña en el segmento *Premium*, Pilsen Callao en el segmento medio alto, Cristal y Backus Ice en el segmento medio y Pilsen Trujillo, Arequipeña y San Juan como marcas regionales. Asimismo, cerveza Cusqueña cuenta con sus extensiones Cusqueña Trigo, Cusqueña Red Lager y Cusqueña Malta, las cuales se encuentran en el mercado de manera permanente.

Ambev Perú, era la segunda cervecera más importante y cuenta con una planta cervecera en Huachipa (Lima) con una capacidad de producción de un millón de Hl de cerveza al año. Durante el 2016 se enfocó en el desarrollo de su marca global Corona, parte del segmento *Super Premium*, alcanzando un crecimiento de 49%; en el mismo segmento comercializaban Stella Artois y en el segmento *Premium*, Budweiser. Además comercializaban la marca Brahma, orientada al segmento de bajos ingresos y Löwenbräu orientada al segmento medio alto.

Combinadas, tienen una capacidad instalada de 16.6 millones de Hl por año. Cuentan con un portafolio sólido de marcas globales y locales. Entre otras, se mantendrá a Abraxas en el segmento *Ultra Premium*, Stella Artois y Corona en el *Super Premium*, Budweiser, Cusqueña y sus variedades como *Premium*, Pilsen Callao y Cristal Ultra en el segmento medio alto, Cristal en el segmento medio y Pilsen Trujillo, Arequipeña y San Juan como marcas regionales.

Ajegroup mantiene una participación mínima en el mercado con aproximadamente 3,700 Hl vendidos en el año. Las ventas de cerveza importada representan menos de 1% de las ventas realizadas por las cerveceras establecidas en el país. Por su parte, las exportaciones de cerveza representan menos de 1% de la producción nacional. Los principales destinos de las exportaciones son Chile, Reino Unido y Estados Unidos.

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

.

Variables exógenas

No existen variables exógenas que puedan afectar la producción o comercialización de los productos de la Compañía, en la medida que contamos con fuentes seguras de abastecimiento de materias primas, insumos y materiales. Todas nuestras marcas, así como los activos que sustentan el sistema de distribución (inmuebles, vehículos y sistemas), son propios o se encuentran bajo modelos de tercerización sólidos y nuestra relación con los distribuidores está respaldada contractualmente en forma adecuada. Es así que el sistema de distribución está enfocado en mejorar la atención de los clientes, optimizar recursos y realizar operaciones eficaces; mientras que el sistema de reparto está orientado a brindar seguridad a través de los proveedores que son responsables del transporte a nivel nacional.

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

El crecimiento de venta de cerveza de Backus en el 2016 fue de 2.6%, por encima del crecimiento del mercado. Para el 2017, las perspectivas de crecimiento son buenas, el Ministerio de Economía y Finanzas prevé que durante este año el PBI peruano crecerá 4.8%. Sin embargo, existe una gran preocupación de los empresarios en cuanto al desempeño económico, político y social del país debido a un entorno internacional incierto -especialmente ante al inicio del mandato del nuevo presidente de EEUU, Donald Trump- y por la intensificación de los conflictos sociales y la confrontación entre el poder ejecutivo y el congreso, a nivel local.

Por otro lado, se proyecta que el sol se depreciará ligeramente este año y cerrará el 2017 a niveles de entre S/ 3.40 y S/ 3.45. Esto debido a que se anticipan dos alzas en la tasa de interés de la Reserva Federal, pero se estima que serán contrarrestadas por los mayores precios de nuestras exportaciones y por la entrada de capitales para financiar los proyectos de inversión en infraestructura. Sin embargo, es de esperarse un tipo de cambio muy volátil a lo largo del año debido a la incertidumbre que generan las políticas del nuevo gobierno de EEUU, la implementación del *Brexit*, las elecciones en Europa, entre otros eventos.

Ingresos

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

Concepto	2016	2015
Cerveza	3'595,039	3'495,762
Gaseosas	165,084	161,575
Aguas	163,381	143,969
Bebidas nutritivas y licores	41,938	45,106
Regalías	53,468	47,728
Otros ingresos	46,806	53,303
Total ventas netas	4'065,716	3'947,443

En cuanto al monto de la exportación de cerveza, cabe precisar que S/ 31.6 millones corresponden al 2016 y S/ 27.8 millones al 2015, lo cual representa un incremento de 13.7%.

S/ 31.6
de exportación en cerveza y
13.7%
de incremento

Principales activos

Los principales activos de Backus son sus marcas (Cristal, Pilsen Callao, Cusqueña, Pilsen Trujillo, San Mateo, Guaraná, etc.); sus plantas industriales de Ate, Arequipa, Cusco, Motupe y Huarochirí, 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 del 2016, ningún activo de la Empresa se encuentra gravado.

Personal en planilla al 31/dic/2015 y al 31/dic/2016

	Al 31-12-2015			Al 31-12-2016		
NIVEL	CPI*1	CPF*2	Total	CPI*1	CPF*2	Total
Ejecutivos	54	0	54	41	0	41
Funcionarios	158	1	159	224	0	224
Empleados	2669	25	2694	2592	22	2614
Operarios	1106	35	1141	1111	19	1130
Total	3987	61	4048	3968	41	4009

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

	Al 31-12-2015			Al 31-12-2016		
NIVEL	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Ejecutivos	46	8	54	33	8	41
Funcionarios	129	30	159	164	60	224
Empleados	2026	668	2694	1968	646	2614
Operarios	1135	6	1141	1125	5	1130
Total	3336	712	4048	3290	719	4009
%	82%	18%	100%	82%	18%	100%

Procesos judiciales, administrativos o arbitrales no rutinarios

Procedimientos tributarios

Al 31 de diciembre del 2016, se encuentran en proceso reclamaciones presentadas por la empresa ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) por acotaciones relacionadas con el Impuesto General a las Ventas más intereses y multas de los años 2002, 2007, 2013 y 2014 por S/ 2'846,023; por Impuesto a la Renta más intereses y multas de los años 2000, 2001, 2002, 2004, 2005, 2007, 2008 y 2009 por S/ 45'546,055; por Impuesto Selectivo al Consumo del año 2002 por S/ 6'994,418; y por Essalud más intereses y multas de los años 1989, 1991, 1998 y 2011 por S/ 2'577,840.

Asimismo, se encuentran en proceso reclamaciones presentadas ante diversas municipalidades relacionados con Arbitrios, Impuesto Predial, Impuesto de Alcabala, Impuesto Vehicular y Anuncios publicitarios y propagandas que incluyendo intereses y multas hacen un total de S/ 6'696,759.

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

Procesos judiciales

1. El Ministerio de Educación ha presentado una demanda por US$ 12.0 millones en contra de la empresa y otros, por supuesta responsabilidad en los daños sufridos en el monumento histórico Intihuatana, causado por la caída de una grúa sobre la piedra, cuando se filmaba un comercial para la marca Cusqueña. Hasta la fecha no se dicta sentencia de primera instancia. En opinión de los abogados encargados de nuestra defensa en este asunto, esta demanda debería ser desestimada en cuanto a la empresa.

2. Se encuentran en trámite otros procesos de indemnización por daños y perjuicios iniciados por terceros, ascendentes a S/ 39.0 millones, aproximadamente, que, de acuerdo con la opinión de nuestros asesores legales, también deberían ser declarados infundados por carecer de sustento.

3. Al 31 de diciembre del 2016, se encuentran en trámite procesos laborales por un monto de S/ 92.4 millones, aproximadamente, como consecuencia del proceso de integración comercial realizado en el año 2011. En opinión de los abogados externos a cargo de los procesos, los conceptos demandados tienen probabilidades de ser desestimados o, de ser amparados, lo serían por montos inferiores a los demandados.

4. El Tribunal Fiscal ha emitido una Resolución que confirmó reparos formulados por SUNAT a la empresa por IR e IGV de 1998, estableciendo que los descuentos otorgados mediante notas de crédito a los distribuidores no eran válidos por haberse omitido una formalidad en las notas de crédito. Esta resolución determina un supuesto adeudo de IR e IGV, que incluyendo multas e intereses asciende a S/ 131.0 millones aproximadamente. La empresa ha presentado una demanda contenciosa administrativa para que se declare la nulidad de la Resolución del Tribunal Fiscal. En primera instancia, se declaró infundada nuestra demanda. Sin embargo, Backus apeló a la Corte Superior y ésta revocó la sentencia de primera instancia, declarando fundada en lo sustancial la demanda de Backus. De acuerdo con la opinión de nuestros abogados externos, dicha resolución del Tribunal Fiscal adolece de nulidad por haber transgredido diferentes normas legales y consideran que existen sólidos argumentos legales para obtener un resultado favorable para la empresa en este proceso.

Estados financieros

67 Estado separado de situación financiera
68 Estado separado de resultados integrales
68 Estado separado de otros resultados integrales
69 Estado separado de cambios en el patrimonio por los años terminados
70 Estado separado de flujos de efectivo

A LOS SEÑORES ACCIONISTAS:

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

1 de febrero de 2017-05-31

Hemos auditado los estados financieros separados adjuntos de **Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.** (una subsidiaria indirecta de Anheuser-Bush InBev NV/SA, empresa con domicilio legal en Bélgica) que comprenden los estados de situación financiera al 31 de diciembre de 2016 y de 2015, y los estados separados de resultados, de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, y el resumen de políticas contables signiticativas y otras notas explicativas adjuntas de la 1 a la 31.

RESPONSABILIDAD DE LA GERENCIA SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS SEPARADOS

La Gerencia es responsable de la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera y del control interno que la Gerencia concluye que es necesario para permitir la preación de estados financieros que estén libres de errores materiales, ya sea por fraude o error.

RESPONSABILIDAD DEL AUDITOR

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros sobre la base de nuestras auditorías. Nuestras auditorías fueron realizadas de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría aprobadas para su aplicación en el Perú por la Junta de Decanos de Colegios de Contadores Públicos del Perú. Tales normas requieren que cumplamos con requerimientos éticos y planifiquemos y realicemos las auditorías para obtener seguridad razonable de que los estados financieros estén libres de errores materiales.

Una auditoría comprende la aplicación de procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los importes y la información revelada en los estados financieros. Los procedimientos que se seleccionan dependen del juicio del auditor, los que incluyen la evaluación del riesgo de que los estados financieros contengan errores materiales, ya sea por fraude o error. Al efectuar esta evaluación de riesgo, el auditor considera el control interno de la entidad relevante para la preparación y presentación razonable de los estados financieros con el propósito de definir procedimientos de auditoría apropiados a las circunstancias, pero no con el propósito de expresar opinión sobre la efectividad del control interno de la entidad. Una auditoría también comprende la evaluación de si las políticas contables aplicadas son apropiadas y si las estimaciones contables de la Gerencia son razonables, así como la evaluación de la presentación general de los estados financieros.

Gaveglio Aparicio y Asociados Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada.
Av. Santo Toribio 143, Piso 7, San Isidro, Lima, Perú, T: +51 (1) 211 6500 F: +51 (1) 211 6550
www.pwc.com/pe

A LOS SEÑORES ACCIONISTAS:

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

1 de febrero de 2017

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada en ofrecer fundamento para nuestra opinión de auditoría.

OPINIÓN

En nuestra opinión, los estados financieros separados antes indicados, preparados para los fines expuestos en el párrafo siguiente, presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de **Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.** al 31 de diciembre de 2016 y de 2015, su desempeño financiero y sus flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera emitidas por International Accounting Standars Board.

ÉNFASIS SOBRES INFORMACIÓN CONSOLIDADA

Los estados financieros separados de **Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.** han sido preparados en cumplimiento de los requerimientos legales vigentes en el Perú para la presentación de información financiera. Estos estados financieros separados reflejan el valor de las inversiones en sus subsidiarias medidas por el método de participación patrimonial y no sobre bases consolidadas, por lo que se debe leer junto con los estados financieros consolidados de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y subsidiarias, que se presentan por separado, sobre los que en nuestro dictamen de la fecha emitimos una opinión sin salvedades.

Gaveglio Aparicio y Asociados
Refrendado por

----------(socio)
Daniel Oliva
Contador Público Colegiado Certificado
Matrícula Nº 01-27882

ESTADO SEPARADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVO

	Nota	Al 31 de diciembre de 2016 S/000	2015 S/000
Activo corriente			
Efectivo y equivalente de efectivo	7	496,952	322,731
Cuentas por cobrar comerciales	8	215,269	259,453
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	9	56,091	50,829
Otras cuentas por cobrar	10	17,056	57,249
Inventarios	11	154,201	160,861
Gastos contratados por anticipado		12,871	18,267
Instrumentos financieros derivados	12	-	7,809
Total activo corriente		952,440	877,199
Activo no corriente			
Activos financieros disponibles para la venta		5,143	5,579
Inversiones en subsidiarias	13	348,673	300,628
Propiedad de inversión	16	18,312	-
Propiedad, planta y equipo	14	2,038,593	2,106,049
Activos intangibles	15	476,729	565,596
Total activo no corriente		2,887,450	2,977,852
Total activo		3,839,890	3,855,051

PASIVO Y PATRIMONIO

	Nota	Al 31 de diciembre de 2016 S/000	2015 S/000
Pasivo corriente			
Otros pasivos financieros	17	178,046	128,958
Cuentas por pagar comerciales	18	391,953	350,754
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	9	179,971	189,381
Pasivo por impuesto a las ganancias	27 c	21,297	69,942
Otras cuentas por pagar	19	556,641	546,061
Provisiones	20	247,335	10,545
Provisión por beneficios a los empleados	21	3,917	2,524
Instrumentos financieros derivados	12	13,060	-
Total pasivo corriente		1,592,220	1,298,165
Pasivo no corriente			
Otros pasivos financieros	17	91,508	246,831
Otras cuentas por pagar a largo plazo	19	138,944	119,138
Provisión por beneficios a los empleados	21	29,278	36,109
Pasivo por impuesto diferido	22	190,606	208,252
Total pasivo no corriente		450,336	610,330
Total pasivo		2,042,556	1,908,495
Patrimonio	23		
Capital emitido		778,985	778,985
Capital adicional		74,947	62,164
Acciones de inversión		569,515	569,515
Prima de emisión		(14,715)	(14,715)
Otras reservas de capital		243,900	244,184
Otras reservas de patrimonio		1,741	12,217
Resultados acumulados		142,961	294,206
Total patrimonio		1,797,334	1,946,556
Total pasivo y patrimonio		3,839,890	3,855,051

ESTADO SEPARADO DE RESULTADOS INTEGRALES

	Nota	Por el año terminado el 31 de diciembre de 2016 S/000	2015 S/000
Ingresos de actividades ordinarias	5	3,965,442	3,846,413
Otros ingresos operacionales	5	100,275	101,030
Total ingresos		4,065,717	3,947,443
Costo de ventas	24	(1,130,631)	(1,073,950)
Ganancia bruta		2,935,086	2,873,493
Gastos de venta y distribución	24	(1,086,840)	(1,076,372)
Gastos de administración	24	(816,339)	(481,167)
Otros ingresos	25	52,453	196,393
Otros gastos	25	(136,208)	(42,723)
gastos de operación, neto		(1,986,934)	(1,403,869)
Ganancia por actividad de operación		948,152	1,469,624
Participación en el resultado de susbsidiarias	13	187,315	182,822
Ingresos financieros	26	4,757	4,460
Gastos financieros	26	(32,553)	(34,834)
Diferencia en cambio, neta	3a	(265)	(26,151)
Resultado antes de impuesto a las ganancias		1,107,406	1,595,921
Gasto por impuesto a las ganancias	27	(359,471)	(415,153)
Ganancia neta del ejercicio		747,935	1,180,768
Utilidad básica y diluida por acción en soles	29		
Acciones comunes clase A		5.54	8.74
Acciones comunes clase B		6.09	9.62
Acciones de inversión		0.55	0.87

ESTADO SEPARADO DE OTROS RESULTADOS INTEGRALES

	Nota	Por el año terminado el 31 de diciembre de 2016 S/000	2015 S/000
Ganancia neta del ejercicio		747,935	1,180,768
Otros resultados integrales:			
Partidas que no serán reclasificadas en estado de resultados integrales			
Ajuste por ganancias y pérdidas actuariales	23 e)	5,364	(1,968)
Partidas que pueden ser reclasificadas posteriormente en estado de resultados integrales			
Cobertura de flujo de efectivo	23 e)	(21,810)	(2,725)
Cambio en valor de activos financieros disponibles para la venta	23 e)	338	412
Otros resultados integrales provenientes de participación en susbsidiarias	23 e)	5,632	445
		(15,840)	(1,868)
Otros resultados integrales del año		(10,476)	(3,836)
Total resultados integrales del año		737,459	1,176,932

Las partidas del Estado de otros resultados integrales se muestran netas de impuestos.

El gasto por impuesto a las ganancias relacionado con cada partida de otros resultados integrales se divulga en la Nota 27.

ESTADO SEPARADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 Y EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

										Por el año terminado el 31 de diciembre de
	Número de acciones		Capital emitido S/000	Capital adicional S/000	Acciones de inversión S/000	Prima de emisión S/000	Otras reservas de capital S/000	Otras reservas de patrimonio S/000	Resultados acumulados S/000	Total S/000
	Comunes En miles	De inversión En miles								
Saldos al 1 de enero de 2015	77,898	569,515	778,985	57,699	569,515	(14,786)	243,919	16,053	227,649	1,879,034
Ganancia neta del ejercicio	-	-	-	-	-	-	-	-	1,180,768	1,180,768
Otros resultados integrales del año	-	-	-	-	-	-	-	(3,836)	-	(3,836)
Total resultados integrales del año	-	-	-	-	-	-	-	(3,836)	1,180,768	1,176,932
Transferencia a resultados acumulados	-	-	-	-	-	-	(139)	-	139	-
Distribución de dividendos	-	-	-			-	-	-	(1,114,349)	(1,114,349)
Pago basado en acciones	-	-	-	4,465	-	-	-	-	-	4,465
Caducidad de dividendos	-	-	-	-	-	-	404	-	-	404
Otros	-	-	-	-	-	71	-	-	(1)	70
Total transacciones con accionistas	-	-	-	4,465	-	71	265	-	(1,114,211)	(1,109,410)
Saldos al 31 de diciembre de 2015	77,898	569,515	778,985	62,164	569,515	(14,715)	244,184	12,217	294,206	1,946,556
Saldos al 1 de enero de 2016	77,898	569,515	778,985	62,164	569,515	(14,715)	244,184	12,217	294,206	1,946,556
Ganancia neta del ejercicio	-	-	-	-	-	-	-	-	747,935	747,935
Otros resultados integrales del año	-	-	-	-	-	-	-	(10,476)	-	(10,476)
Total resultados integrales del año	-	-	-	-	-	-	-	(10,476)	747,935	737,459
Transferencia a resultados acumulados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Distribución de dividendos	-	-	-	-	-	-	(404)	-	(916,247)	(916,651)
Pago basado en acciones	-	-	-	12,783	-	-	-	-	17,067	29,850
Caducidad de dividendos	-	-	-	-	-	-	120	-	-	120
Total transacciones con accionistas	-	-	-	12,783	-	-	(284)	(10,476)	(899,180)	(886,681)
Saldos al 31 de diciembre de 2016	77,898	569,515	778,985	74,947	569,515	(14,715)	243,900	1,741	142,961	1,797,334

ESTADO SEPARADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

		Por el año terminado el 31 de diciembre de	
	Nota	2016 S/000	2015 S/000
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACION			
Efectivo generado por las operaciones	30	1,754,200	1,762,278
Pago de intereses	26	(25,867)	(29,609)
Pago de impuesto a las ganancias	27c	(424,385)	(345,035)
Efectivo neto generado por las actividades de operación		1,303,948	1,387,634
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSION			
Venta de propiedad, planta y equipo	30	23,078	164,369
Compra de intangibles	15	(15,067)	(32,480)
Compra de propiedad, planta y equipo	14	(237,984)	(257,198)
Préstamo otorgado a entidades relacionadas	9	-	(32,700)
Cobro de préstamo otorgado a entidades relacionadas	9	-	35,000
Dividendos recibidos		144,999	167,279
Efectivo neto utilizado por las actividades de inversión		(84,974)	44,270
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO			
Recursos obtenidos por préstamos bancarios	17	14,723	56,383
Pago de otros pasivos financieros	17	(129,644)	(179,118)
Dividendos pagados		(929,924)	(1,105,959)
Efectivo neto utilizado por las actividades de financiamiento		(1,044,845)	(1,228,694)
Aumento neto de efectivo y equivalente de efectivo		174,129	203,210
Efectivo y equivalente de efectivo al inicio del año		322,731	117,860
Ganancia por diferencia de cambio en efectivo y equivalente de efectivo		92	1,661
Efectivo y equivalente de efectivo al final del año		496,952	322,731

Principios de buen gobierno corporativo

Sección B

Evaluación del cumplimiento de los Principios del Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas

PILAR I: Derechos de los Accionistas

PRINCIPIO 1: PARIDAD DE TRATO

Pregunta I.1

¿La sociedad reconoce en su actuación un trato igualitario a los accionistas de la misma clase y que mantienen las mismas condiciones(*)?

☑ Sí ☐ No

(*) Se entiende por mismas condiciones aquellas particularidades que distinguen a los accionistas o hacen que cuenten con una característica común, en su relación con la sociedad (inversionistas institucionales, inversionistas no controladores, etc.). Debe considerarse que esto en ningún supuesto implica que se favorezca el uso de información privilegiada.

Pregunta I.2

¿La sociedad promueve únicamente la existencia de clases de acciones con derecho a voto?

☐ Sí ☑ No

Explicación

Las acciones "Clase B", sin derecho a voto, fueron creadas al amparo de la ley y adquiridas por sus actuales tenedores en conocimiento de las características de cada una de ellas. Estas acciones tienen distintos derechos económicos que las acciones "Clase A" , pagando 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"; lo que explica la distinta cotización que tienen en la Bolsa de Valores de Lima.

No compartimos el criterio que la existencia de acciones sin derecho a voto constituya "per se" una mala práctica del Gobierno Corporativo, ni creemos que las acciones sin derecho a voto sean peores que las acciones con derecho a voto. No todos los accionistas tienen interés en el control y en ejercer sus derechos políticos, algunos accionistas prefieren recibir un dividendo mayor, privilegiando contar con mejores derechos económicos.

a. Sobre el capital de la sociedad, especifique

Capital suscrito al cierre del ejercicio	S/. 780'722,020.00
Capital pagado al cierre del ejercicio	S/. 780'722,020.00
Número total de acciones representativas del capital	**78'072,202**
Número de acciones con derecho a voto	**78'072,202**

b. En caso la sociedad cuente con más de una clase de acciones, especifique

Clase	Número de acciones	Valor nominal	Derechos (*)
Común Clase A	76'046,495	10	Con derecho a voto.
Común Clase B	2'025,707	10	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.
Acciones de Inversión	569'514,715	1	Sin derecho a voto.

(*) En este campo deberá indicarse los derechos particulares de la clase que lo distinguen de las demás.

Pregunta I.3

En caso la sociedad cuente con acciones de inversión, ¿La sociedad promueve una política de redención o canje voluntario de acciones de inversión por acciones ordinarias? ☐ Sí ☑ No

Explicación

Las acciones de inversión no computan para el cálculo de capital social y tienen distintos derechos a las acciones comunes, lo que explica la distinta cotización que tienen en la Bolsa de Valores de Lima. De hecho, en los últimos años, muchas de nuestras acciones de inversión han sido adquiridas en el mercado secundario por inversionistas (principalmente institucionales) que buscan percibir rentabilidad sobre su inversión y que, al momento de adquirirlas, eran conscientes de sus especiales características. Dadas estas circunstancias, no compartimos el criterio de que no promover una política de redención o canje voluntario de dichos valores por acciones comunes constituya una mala práctica de Gobierno Corporativo.

PRINCIPIO 2: PARTICIPACIÓN DE LOS ACCIONISTAS

Pregunta I.4

a. ¿La sociedad establece en sus documentos societarios la forma de representación de las acciones y el responsable del registro en la matrícula de acciones? ☑ Sí ☐ No

b. ¿La matrícula de acciones se mantiene permanentemente actualizada? ☑ Sí ☐ No

Indique la periodicidad con la que se actualiza la matrícula de acciones, luego de haber tomado conocimiento de algún cambio

Periodicidad:

☑ Dentro de las cuarenta y ocho horas

☐ Semanal

☐ Otros / Detalle (en días)

PRINCIPIO 3: NO DILUCIÓN EN LA PARTICIPACIÓN EN EL CAPITAL SOCIAL

Pregunta I.5

a. ¿La sociedad tiene como política que las propuestas del Directorio referidas a operaciones corporativas que puedan afectar el derecho de no dilución de los accionistas (i.e, fusiones, escisiones, ampliaciones de capital, entre otras) sean explicadas previamente por dicho órgano en un informe detallado con la opinión independiente de un asesor externo de reconocida solvencia profesional nombrado por el Directorio? ☑ Sí ☐ No

b. ¿La sociedad tiene como política poner los referidos informes a disposición de los accionistas? ☑ Sí ☐ No

En caso de haberse producido en la sociedad durante el ejercicio, operaciones corporativas bajo el alcance del literal a) de la pregunta I.5, y de contar la sociedad con Directores Independientes (*), precisar si en todos los casos

¿Se contó con el voto favorable de la totalidad de los Directores Independientes para la designación del asesor externo? ☐ Sí ☐ No

¿La totalidad de los Directores Independientes expresaron en forma clara la aceptación del referido informe y sustentaron, de ser el caso, las razones de su disconformidad? ☐ Sí ☐ No

(*) Los Directores Independientes son aquellos seleccionados por su trayectoria profesional, honorabilidad, suficiencia e independencia económica y desvinculación con la sociedad, sus accionistas o directivos.

PRINCIPIO 4: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN A LOS ACCIONISTAS

Pregunta I.6

¿La sociedad determina los responsables o medios para que los accionistas reciban y requieran información oportuna, confiable y veraz? ☑ Sí ☐ No

a. Indique los medios a través de los cuales los accionistas reciben y/o solicitan información de la sociedad

Medios de comunicación	Reciben información	Solicitan información
Correo electrónico		✓
Vía telefónica	✓	
Página *web* corporativa	✓	
Correo postal		
Reuniones informativas	✓	
Otros / Detalle	Portal de la Superintendencia del Mercado de Valores	

b. ¿La sociedad cuenta con un plazo máximo para responder las solicitudes de información presentadas por los accionistas? De ser afirmativa su respuesta, precise dicho plazo

Plazo máximo (días)	

Pregunta I.7

¿La sociedad cuenta con mecanismos para que los accionistas expresen su opinión sobre el desarrollo de la misma? ☑ Sí ☐ No

De ser afirmativa su respuesta, detalle los mecanismos establecidos con que cuenta la sociedad para que los accionistas expresen su opinión sobre el desarrollo de la misma

Los accionistas pueden expresar su opinión en la Junta de Accionistas, pudiendo dejarse constancia en el acta respectiva. El Comité de Buen Gobierno Corporativo vela porque se cumpla el Reglamento de la Junta de Accionistas.

PRINCIPIO 5: PARTICIPACIÓN EN DIVIDENDOS DE LA SOCIEDAD

Pregunta I.8

a. ¿El cumplimiento de la política de dividendos se encuentra sujeto a evaluaciones de periodicidad definida? ☑ Sí ☐ No

b. ¿La política de dividendos es puesta en conocimiento de los accionistas, entre otros medios, mediante su página web corporativa? ☑ Sí ☐ No

a. Indique la política de dividendos de la sociedad aplicable al ejercicio

Fecha de aprobación

28/03/2006

Política de dividendos (criterios para la distribución de utilidades)

"Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. mantendrá como política de dividendos la desarrollada a lo largo de su historia en el sentido de distribuir sus utilidades.

La EMPRESA buscará repartir dividendos anuales en efectivo por importes por lo menos iguales o superiores a los del ejercicio previo. Sin embargo, reservará los fondos suficientes para eventos extraordinarios con el propósito de desarrollar inversiones que le permitan enfrentar en mejores condiciones a la competencia en el mercado, así como para mejorar los niveles de calidad de su infraestructura con el objetivo de preservar la invariable calidad de sus productos y la atención al mercado.

Solo se aplicarán las utilidades a fines distintos al de distribuir dividendos en aquellos casos excepcionales en que por circunstancias justificadas deben destinarse a una cuenta patrimonial.

Las utilidades a distribuirse dependerán de la liquidez, endeudamiento y flujo de caja proyectado en cada oportunidad en que se declare un dividendo.

Asimismo, se buscará declarar uno o más dividendos provisionales en el curso del ejercicio, cuidando en todo caso que ellos no excedan utilidades realmente obtenidas a la fecha del acuerdo, menos la reserva legal en el porcentaje correspondiente al periodo del año transcurrido y en tanto el valor del activo no sea inferior al capital social, siempre y cuando las perspectivas para completar en forma normal el resultado del ejercicio así lo aconseje".

b. Indique, los dividendos en efectivo y en acciones distribuidos por la sociedad en el ejercicio y en el ejercicio anterior

Por acción	Dividendos por acción			
	Ejercicio que se reporta		Ejercicio anterior al que se reporta	
	En efectivo	En acciones	En efectivo	En acciones
Comunes Clase A	S/. 6.7786		S/. 8.2406	
Comunes Clase B	S/. 7.4564		S/. 9.0647	
Acción de Inversión	S/. 0.6778		S/. 0.8241	

PRINCIPIO 6: CAMBIO O TOMA DE CONTROL

Pregunta I.9

¿La sociedad mantiene políticas o acuerdos de no adopción de mecanismos antiabsorción? ☐ Sí ☑ No

Explicación

El nuevo código de Buen Gobierno Corporativo, aprobado mediante Sesión de Directorio del 02 de junio de 2015, señala en su acápite 1.5 que el Estatuto no contiene ningún artículo ni la Sociedad ha adoptado políticas o acuerdos que eviten o dificulten que la Compañía sea objetivo de una Oferta Pública de Adquisición (OPA). En ese sentido, la Sociedad cumplirá las disposiciones legales en materia de OPAs".

Indique si en su sociedad se ha establecido alguna de las siguientes medidas

Requisito de un número mínimo de acciones para ser Director.	☐ Sí	☑ No
Número mínimo de años como Director para ser designado como Presidente del Directorio.	☐ Sí	☑ No
Acuerdos de indemnización para ejecutivos/ funcionarios como consecuencia de cambios luego de una OPA.	☐ Sí	☑ No
Otras de naturaleza similar/ Detalle.	Ninguno	

PRINCIPIO 7: ARBITRAJE PARA SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

Pregunta I.10

a. ¿El estatuto de la sociedad incluye un convenio arbitral que reconoce que se somete a arbitraje de derecho cualquier disputa entre accionistas, o entre accionistas y el Directorio; así como la impugnación de acuerdos de JGA y de Directorio por parte de los accionistas de la Sociedad? ☐ Sí ☑ No

Explicación

En el nuevo Código de Buen Gobierno Corporativo, aprobado mediante sesión de Directorio del 02 de junio del 2015, no se ha pactado el convenio arbitral.

b. ¿Dicha cláusula facilita que un tercero independiente resuelva las controversias, salvo el caso de reserva legal expresa ante la justicia ordinaria? ☑ Sí ☐ No

En caso de haberse impugnado acuerdos de JGA y de Directorio por parte de los accionistas u otras que involucre a la sociedad, durante el ejercicio, precise su número

Número de impugnaciones de acuerdos de JGA	
Número de impugnaciones de acuerdos de Directorio	

PILAR II: Junta General de Accionistas

PRINCIPIO 8: FUNCIÓN Y COMPETENCIA

Pregunta II.1

¿Es función exclusiva e indelegable de la JGA la aprobación de la política de retribución del Directorio?	☑ Sí	☐ No

Indique si las siguientes funciones son exclusivas de la JGA, en caso ser negativa su respuesta precise el órgano que las ejerce

Disponer investigaciones y auditorías especiales.	☑ Sí	☐ No
Acordar la modificación del Estatuto.	☑ Sí	☐ No
Acordar el aumento del capital social.	☑ Sí	☐ No
Acordar el reparto de dividendos a cuenta (Directorio*).	☐ Sí	☑ No
Designar auditores externos (Directorio*).	☐ Sí	☑ No

(*) Órgano que las ejerce.

PRINCIPIO 9: REGLAMENTO DE JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Pregunta II.2

¿La sociedad cuenta con un Reglamento de la JGA, que tiene carácter vinculante y su incumplimiento conlleva responsabilidad?	☑ Sí	☐ No

De contar con un Reglamento de la JGA precise si en éste se establecen los procedimientos para

Convocatorias de la Junta.	☑ Sí	☐ No
Incorporar puntos de agenda por parte de los accionistas.	☑ Sí	☐ No
Brindar información adicional a los accionistas para las Juntas.	☑ Sí	☐ No
El desarrollo de las Juntas.	☑ Sí	☐ No
El nombramiento de los miembros del Directorio.	☑ Sí	☐ No
Otros relevantes / Detalle.		

PRINCIPIO 10: MECANISMOS DE CONVOCATORIA

Pregunta II.3

Adicionalmente a los mecanismos de convocatoria establecidos por ley, ¿La sociedad cuenta con mecanismos de convocatoria que permiten establecer contacto con los accionistas, particularmente con aquellos que no tienen participación en el control o gestión de la sociedad?	☑ Sí	☐ No

a. Complete la siguiente información para cada una de las Juntas realizadas durante el ejercicio

Fecha de aviso de convocatoria	27/01/16		09/11/16	
Fecha de la Junta	23/02/16		05/12/16	
Lugar de la Junta	Nicolás Ayllón 3986, Ate			
Tipo de Junta	☐ Especial	☑ General	☐ Especial	☑ General
Junta Universal	☐ Sí	☑ No	☐ Sí	☑ No
Quórum %	99.5			
N° de Acc. Asistentes	21		12	
Participación (%) sobre el total de acciones con derecho de voto				
A través de poderes	0.03		0.0295	
Ejercicio directo (*)	99.49		99.48	
No ejerció su derecho de voto	0		0	

(*) El ejercicio directo comprende el voto por cualquier medio o modalidad que no implique representación.

b. ¿Qué medios, además del contemplado en el artículo 43 de la Ley General de Sociedades y lo dispuesto en el Reglamento de Hechos de Importancia e Información Reservada, utilizó la sociedad para difundir las convocatorias a las Juntas durante el ejercicio?

- [ ] Correo electrónico
- [ ] Correo postal
- [ ] Vía telefónica
- [ ] Redes sociales
- [x] Página *web* corporativa
- [ ] Otros / Detalle

Pregunta II.4

¿La sociedad pone a disposición de los accionistas toda la información relativa a los puntos contenidos en la agenda de la JGA y las propuestas de los acuerdos que se plantean adoptar (mociones)? [x] Sí [ ] No

En los avisos de convocatoria realizados por la sociedad durante el ejercicio

¿Se precisó el lugar donde se encontraba la información referida a los puntos de agenda a tratar en las Juntas? [x] Sí [ ] No

¿Se incluyó como puntos de agenda: "otros temas", "puntos varios" o similares? [ ] Sí [x] No

PRINCIPIO 11: PROPUESTAS DE PUNTOS DE AGENDA

Pregunta II.5

¿El Reglamento de JGA incluye mecanismos que permiten a los accionistas ejercer el derecho de formular propuestas de puntos de agenda a discutir en la JGA y los procedimientos para aceptar o denegar tales propuestas? [x] Sí [ ] No

a. Indique el número de solicitudes presentadas por los accionistas durante el ejercicio para incluir puntos de agenda a discutir en la JGA, y cómo fueron resueltas

Número de solicitudes	
Recibidas	0
Aceptadas	0
Denegadas	0

b. En caso se hayan denegado en el ejercicio solicitudes para incluir puntos de agenda a discutir en la JGA indique si la sociedad comunicó el sustento de la denegatoria a los accionistas solicitantes [ ] Sí [ ] No

PRINCIPIO 12: PROCEDIMIENTOS PARA EL EJERCICIO DEL VOTO

Pregunta II.6

¿La sociedad tiene habilitados los mecanismos que permiten al accionista el ejercicio del voto a distancia por medios seguros, electrónicos o postales, que garanticen que la persona que emite el voto es efectivamente el accionista? [ ] Sí [x] No

Explicación

La Junta de accionistas se celebra presencialmente, ya sea con la presencia personal del accionista o su representante debidamente apoderado, tal como lo permite la Ley General de Sociedades vigente. Por ende, en el Estatuto se dispone que, según el artículo 4.12, los accionistas pueden hacerse representar por otra persona sea o no accionista, sin prever otros mecanismos que puedan dar lugar a nulidades judiciales.

a. De ser el caso, indique los mecanismos o medios que la sociedad tiene para el ejercicio del voto a distancia

- [ ] Voto por medio electrónico
- [ ] Voto por medio postal

b. De haberse utilizado durante el ejercicio el voto a distancia, precise la siguiente información

Fecha de la Junta	
% voto a distancia	Correo electrónico
	Página *web* corporativa
	Correo postal
	Otros
% voto distancia / total	

Pregunta II.7

¿La sociedad cuenta con documentos societarios que especifican con claridad que los accionistas pueden votar separadamente aquellos asuntos que sean sustancialmente independientes, de tal forma que puedan ejercer separadamente sus preferencias de voto? ☑ Sí ☐ No

Indique si la sociedad cuenta con documentos societarios que especifican con claridad que los accionistas pueden votar separadamente por

El nombramiento o la ratificación de los Directores mediante voto individual por cada uno de ellos.	☑ Sí	☐ No
La modificación del Estatuto, por cada artículo o grupo de artículos que sean sustancialmente independientes.	☑ Sí	☐ No
Otros / Detalle.		

Pregunta II.8

¿La sociedad permite, a quienes actúan por cuenta de varios accionistas, emitir votos diferenciados por cada accionista, de manera que cumplan con las instrucciones de cada representado? ☑ Sí ☐ No

PRINCIPIO 13: DELEGACIÓN DE VOTO

Pregunta II.9

¿El Estatuto de la sociedad permite a sus accionistas delegar su voto a favor de cualquier persona? ☑ Sí ☐ No

En caso su respuesta sea negativa, indique si su Estatuto restringe el derecho de representación, a favor de alguna de las siguientes personas

De otro Accionista	☐ Sí	☐ No
De un Director	☐ Sí	☐ No
De un Gerente	☐ Sí	☐ No

Pregunta II.10

a. ¿La sociedad cuenta con procedimientos en los que se detallan las condiciones, los medios y las formalidades a cumplir en las situaciones de delegación de voto? ☑ Sí ☐ No

b. ¿La sociedad pone a disposición de los accionistas un modelo de carta de representación, donde se incluyen los datos de los representantes, los temas para los que el accionista delega su voto, y de ser el caso, el sentido de su voto para cada una de las propuestas? ☑ Sí ☐ No

Indique los requisitos y formalidades exigidas para que un accionista pueda ser representado en una Junta

Formalidad (indique si la sociedad exige carta simple, carta notarial, escritura pública u otros).	Carta simple, basta que sea por escrito y con carácter especial para cada Junta de Accionistas; salvo que sea otorgada por escritura pública.
Anticipación (número de días previos a la Junta con que debe presentarse el poder).	1 día.
Costo (indique si existe un pago que exija la sociedad para estos efectos y a cuánto asciende).	Ninguno.

Pregunta II.11

a. ¿La sociedad tiene como política establecer limitaciones al porcentaje de delegación de votos a favor de los miembros del Directorio o de la Alta Gerencia? ☐ Sí ☑ No

Explicación

No creemos necesario hacerlo, cada accionista tiene la libertad para decidir quién lo representa. De hecho, es posible que las acciones de un accionista sean representadas por más de una persona. Asimismo, según el artículo 4.20 del Estatuto, los Directores, Gerentes y mandatarios de la Sociedad, no pueden votar como accionistas, cuando se trata de señalar sus remuneraciones o su responsabilidad.

b. En los casos de delegación de votos a favor de miembros del Directorio o de la Alta Gerencia, ¿La sociedad tiene como política que los accionistas que deleguen sus votos dejen claramente establecido el sentido de éstos? ☐ Sí ☑ No

Explicación

Hay libertad para que la carta poder, o el documento que otorgue el respectivo poder de representación, indique o no el sentido del voto del mandante. En tal sentido, nuestra empresa no restringe el derecho de ningún accionista a ser representado, sea que el documento que lo autoriza indica o no el sentido de los votos.

PRINCIPIO 14: SEGUIMIENTO DE ACUERDOS DE JGA

Pregunta II.12

a. ¿La sociedad realiza el seguimiento de los acuerdos adoptados por la JGA? ☑ Sí ☐ No

b. ¿La sociedad emite reportes periódicos al Directorio y son puestos a disposición de los accionistas? ☑ Sí ☐ No

De ser el caso, indique cuál es el área y/o persona encargada de realizar el seguimiento de los acuerdos adoptados por la JGA. En caso sea una persona la encargada, incluya también su cargo y el área en la que labora

Área encargada	Comité de Buen Gobierno Corporativo	
Persona encargada	Nombres y Apellidos	Francisco Mujica Serelle
	Cargo	Presidente del Comité de Buen Gobierno Corporativo
	Área	Comité Especial

PILAR III: El Directorio y la Alta Gerencia

PRINCIPIO 15: CONFORMACIÓN DEL DIRECTORIO

Pregunta III.1

a. ¿El Directorio está conformado por personas con diferentes especialidades y competencias, con prestigio, ética, independencia económica, disponibilidad suficiente y otras cualidades relevantes para la sociedad, de manera que haya pluralidad de enfoques y opiniones? ☑ Sí ☐ No

a. Indique la siguiente información correspondiente a los miembros del Directorio de la sociedad durante el ejercicio

Nombre y Apellido	Formación Profesional (*)	Fecha		Part. Accionaria (****)	
		Inicio (**)	Término (***)	N° de acciones	Part. (%)
Directores (sin incluir a los independientes)					
Alejandro Santo Domingo Dávila	Se graduó en la Universidad de Harvard, Estados Unidos, con una especialización en Historia. Es miembro del Directorio de Bavaria S.A., UCP Backus y Johnston S.A., SABMiller plc, Valores Bavaria, BellSouth Colombia, Avianca, Caracol TV, Media Capital, Compañía Nacional de Cervezas de Panamá, entre otras empresas.	02/01/2002		0	0
Juan Carlos García Cañizares	Ingeniero Industrial por la Universidad Javeriana de Colombia, con estudios de Desarrollo Gerencial en IMD en Lausana, Suiza. Director de Bavaria S.A. y UCP Backus y Johnston S.A. Es Director de diversas empresas.	02/01/2002		0	0

Karl Lippert	Bachiller y Magíster en Ingeniería Mecánica por la Universidad de Petroria de Sudáfrica. Completó cinco años de estudios para el Doctorado en Administración de la Tecnología. Es Director de diversas empresas.	02/01/2011		0	0
Andrés Peñate Giraldo	Economista y Magíster en Filosofía en Estudios de América Latina. Asimismo, cuenta con un grado en la Universidad de Oxford.	02/01/2013		0	0
Carlos Alejandro Pérez Dávila	Obtuvo su grado en Gobierno y Economía en la Universidad de Harvard y el Máster de Filosofía en Economía y Política en la Universidad de Cambridge del Reino Unido. Es miembro del Directorio de Bavaria S.A., UCP Backus y Johnston S.A.A., SABMiller plc, Valores Bavaria, Caracol TV, Avianca, Compañía Nacional de Cervezas de Panamá, entre otras.	02/01/2002		0	0
Niall Mitchell	Finanzas.	23/02/2016	05/12/2016	0	0
Fernando Zavala Lombardi	Economista graduado de la Universidad del Pacífico, cuenta con una Maestría en Dirección de Empresas de la Universidad de Piura y un MBA en la Universidad de Birmingham, Inglaterra. Ha sido Presidente de Cervecería Nacional S.A. Es Director de diversas empresas.	02/01/2013		0	0
Rafael Alvarez Escobar	Ingniero civil por la Universidad de Ingeniería de Antioquía.	05/12/2016			
Ricardo Moreyra	Ingeniero Mecánico de la Universidad Federal de Río de Janeiro en Brasil. Especialización en Gerencia por la Universidad de Chicago.	05/12/2016			
Ricardo Mattos	Ingeniero por la Universidad de Sao Paulo y MBA en Finanzas del MIT Sloan School Management.	05/12/2016			
Directores Independientes					
Carlos Bentín Remy	Administrador de Empresas por la Universidad del Pacífico y MBA por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México. Participó en el Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura y en el Programa Ejecutivo en Cervecerías en el United States Breweries Academy. Es Director de diversas empresas.	02/01/2004		0	0
Manuel Romero Caro	Economista y Administrador de Empresas por la Universidad del Pacífico, con Máster en Economía por el Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Estados Unidos. Es Director de diversas empresas.	02/01/2004	07/11/2016	0	0
Bábara Bruce Ventura	Ingeniero Geólogo por la Universidad Nacional de Ingenería. Máster en Ingenería de Reservorios en Colorado School of Mines, USA. Tiene un MBA por la Adolfo Ibañez School of Management de Miami.	23/02/2016	05/12/2016		
Carmen Rosa Graham Ayllón	Estudió Administración de Empresas en la Universidad del Pacífico. Tiene un MBA por la Adolfo Ibañez School of Management, además estudios en Georgetown University, Harvard University y la Universidad de Monterrey. Es Directora en diversas empresas.	02/01/2014	05/12/2016		
Francisco Mujica Serelle	Abogado por la Universidad Mayor de San Marcos de Perú. Hizo un postgrado en la Universidad de París, Francia, en la especialidad de Ciencias Sociales del Trabajo. Es Director de diversas empresas.	02/01/2008		0	0

José Antonio Payet Puccio	Abogado graduado de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Máster en Derecho de la Universidad de Harvard. Es Director de diversas empresas.	02/01/2005	05/12/2016	0	0

(*) Detallar adicionalmente si el Director participa simultáneamente en otros Directorios, precisando el número y si éstos son parte del grupo económico de la sociedad que reporta. Para tal efecto debe considerarse la definición de grupo económico contenida en el Reglamento de Propiedad Indirecta, Vinculación y Grupos Económicos.

(**) Corresponde al primer nombramiento en la sociedad que reporta.

(***) Completar solo en caso hubiera dejado de ejercer el cargo de Director durante el ejercicio.

(****) Aplicable obligatoriamente solo para los Directores con una participación sobre el capital social igual o mayor al 5% de las acciones de la sociedad que reporta.

% del total de acciones en poder de los Directores	99.46

Indique el número de Directores de la sociedad que se encuentran en cada uno de los rangos de edades siguientes

Menor a 35	0
Entre 35 a 55	12
Entre 55 a 65	3
Mayor a 65	1

b. Indique si existen requisitos específicos para ser nombrado Presidente del Directorio, adicionales a los que se requiere para ser designado Director ☐ Sí ☑ No

En caso su respuesta sea afirmativa, indique dichos requisitos.

c. ¿El Presidente del Directorio cuenta con voto dirimente? ☑ Sí ☐ No

Pregunta III.2

¿La sociedad evita la designación de Directores suplentes o alternos, especialmente por razones de quórum? ☑ Sí ☐ No

De contar con Directores alternos o suplentes, precisar lo siguiente

Nombres y apellidos del Director suplente o alterno	Inicio (*)	Término (**)

(*) Corresponde al primer nombramiento como Director alterno o suplente en la sociedad que reporta.

(**) Completar solo en caso hubiera dejado el cargo de Director alterno o suplente durante el ejercicio.

Pregunta III.3

¿La sociedad divulga los nombres de los Directores, su calidad de independientes y sus hojas de vida? ☑ Sí ☐ No

Indique bajo qué medios la sociedad divulga la siguiente información de los Directores

	Correo electrónico	Página *web* corporativa	Correo postal	No informa	Otros / Detalle
Nombre de los Directores		✓			Memoria Anual publicada en el portal de la SMV
Su condición de independiente o no		✓			Memoria Anual publicada en el portal de la SMV
Hojas de vida		✓			Memoria Anual publicada en el portal de la SMV

PRINCIPIO 16: FUNCIONES DEL DIRECTORIO

Pregunta III.4

¿El Directorio tiene como función?:

a. Aprobar y dirigir la estrategia corporativa de la sociedad.	☑ Sí	☐ No
b. Establecer objetivos, metas y planes de acción incluidos los presupuestos anuales y los planes de negocios.	☑ Sí	☐ No
c. Controlar y supervisar la gestión y encargarse del gobierno y administración de la sociedad.	☑ Sí	☐ No
d. Supervisar las prácticas de buen gobierno corporativo y establecer las políticas y medidas necesarias para su mejor aplicación.	☑ Sí	☐ No

a. Detalle qué otras facultades relevantes recaen sobre el Directorio de la sociedad

b. ¿El Directorio delega alguna de sus funciones? ☑ Sí ☐ No

Indique, de ser el caso, cuáles son las principales funciones del Directorio que han sido delegadas, y el órgano que las ejerce por delegación

Funciones	Aprobar la información financiera trimestral o por periodos menores al año que debe remitir la Sociedad.
Órgano / Área a quien se ha delegado funciones	Gerente General

PRINCIPIO 17: DEBERES Y DERECHOS DE LOS MIEMBROS DEL DIRECTORIO

Pregunta III.5

¿Los miembros del Directorio tienen derecho a?:

a. Solicitar al Directorio el apoyo o aporte de expertos.	☑ Sí	☐ No
b. Participar en programas de inducción sobre sus facultades y responsabilidades y a ser informados oportunamente sobre la estructura organizativa de la sociedad.	☑ Sí	☐ No
c. Percibir una retribución por la labor efectuada, que combina el reconocimiento a la experiencia profesional y dedicación hacia la sociedad con criterio de racionalidad.	☑ Sí	☐ No

a. En caso de haberse contratado asesores especializados durante el ejercicio, indique si la lista de asesores especializados del Directorio que han prestado servicios durante el ejercicio para la toma de decisiones de la sociedad fue puesta en conocimiento de los accionistas	☐ Sí	☐ No
De ser el caso, precise si alguno de los asesores especializados tenía alguna vinculación con algún miembro del Directorio y/o Alta Gerencia (*).	☐ Sí	☐ No

(*) Para los fines de la vinculación se aplicarán los criterios de vinculación contenidos en el Reglamento de Propiedad Indirecta, Vinculación y Grupos Económicos.

b. De ser el caso, indique si la sociedad realizó programas de inducción a los nuevos miembros que hubiesen ingresado a la sociedad	☑ Sí	☐ No

c. Indique el porcentaje que representa el monto total de las retribuciones y de las bonificaciones anuales de los Directores, respecto a los ingresos brutos, según los estados financieros de la sociedad

Retribuciones	(%) Ingresos Brutos	Bonificaciones	(%) Ingresos Brutos
Directores (sin incluir a los independientes).	0	Entrega de acciones	0
Directores Independientes.	0.01	Entrega de opciones	0
		Entrega de dinero	0
		Otros (detalle)	0

PRINCIPIO 18: REGLAMENTO DE DIRECTORIO

Pregunta III.6

¿La sociedad cuenta con un Reglamento de Directorio que tiene carácter vinculante y su incumplimiento conlleva responsabilidad?	☑ Sí	☐ No

Indique si el Reglamento de Directorio contiene

Políticas y procedimientos para su funcionamiento.	☑ Sí	☐ No
Estructura organizativa del Directorio.	☑ Sí	☐ No
Funciones y responsabilidades del presidente del Directorio.	☑ Sí	☐ No
Procedimientos para la identificación, evaluación y nominación de candidatos a miembros del Directorio, que son propuestos ante la JGA.	☑ Sí	☐ No
Procedimientos para los casos de vacancia, cese y sucesión de los Directores.	☑ Sí	☐ No
Otros / Detalle.		

PRINCIPIO 19: DIRECTORES INDEPENDIENTES

Pregunta III.7

¿Al menos un tercio del Directorio se encuentra constituido por Directores Independientes?	☑ Sí	☐ No

Indique cuál o cuáles de las siguientes condiciones la sociedad toma en consideración para calificar a sus Directores como independientes

No ser Director o empleado de una empresa de su mismo grupo empresarial, salvo que hubieran transcurrido tres (3) o cinco (5) años, respectivamente, desde el cese en esa relación.	☑ Sí	☐ No
No ser empleado de un accionista con una participación igual o mayor al cinco por ciento (5%) en la sociedad.	☑ Sí	☐ No
No tener más de ocho (8) años continuos como Director Independiente de la sociedad.	☐ Sí	☑ No
No tener, o haber tenido en los últimos tres (3) años una relación de negocio comercial o contractual, directa o indirecta, y de carácter significativo (*), con la sociedad o cualquier otra empresa de su mismo grupo.	☑ Sí	☐ No
No ser cónyuge, ni tener relación de parentesco en primer o segundo grado de consanguinidad, o en primer grado de afinidad, con accionistas, miembros del Directorio o de la Alta Gerencia de la sociedad.	☑ Sí	☐ No
No ser director o miembro de la Alta Gerencia de otra empresa en la que algún Director o miembro de la Alta Gerencia de la sociedad sea parte del Directorio.	☐ Sí	☑ No
No haber sido en los últimos ocho (8) años miembro de la Alta Gerencia o empleado ya sea en la sociedad, en empresas de su mismo grupo o en las empresas accionistas de la sociedad.	☐ Sí	☑ No
No haber sido durante los últimos tres (3) años, socio o empleado del Auditor externo o del Auditor de cualquier sociedad de su mismo grupo.	☑ Sí	☐ No
Otros / Detalle.		

(*) La relación de negocios se presumirá significativa cuando cualquiera de las partes hubiera emitido facturas o pagos por un valor superior al 1% de sus ingresos anuales.

Pregunta III.8

a. ¿El Directorio declara que el candidato que propone es independiente sobre la base de las indagaciones que realicey de la declaración del candidato?	☑ Sí	☐ No
b. ¿Los candidatos a Directores Independientes declaran su condición de independiente ante la sociedad, sus accionistas y directivos?	☑ Sí	☐ No

PRINCIPIO 20: OPERATIVIDAD DEL DIRECTORIO

Pregunta III.9

¿El Directorio cuenta con un plan de trabajo que contribuye a la eficiencia de sus funciones?	☑ Sí	☐ No

Pregunta III.10

¿La sociedad brinda a sus Directores los canales y procedimientos necesarios para que puedan participar eficazmente en las sesiones de Directorio, inclusive de manera no presencial?	☑ Sí	☐ No

a. Indique en relación a las sesiones del Directorio desarrolladas durante el ejercicio, lo siguiente

Número de sesiones realizadas.	9
Número de sesiones en las que se haya prescindido de convocatoria (*).	7
Número de sesiones en las cuales no asistió el Presidente del Directorio.	1
Número de sesiones en las cuales uno o más Directores fueron representados por Directores suplentes o alternos.	0
Número de Directores titulares que fueron representados en al menos una oportunidad.	0

(*) En este campo deberá informarse el número de sesiones que se han llevado a cabo al amparo de lo dispuesto en el último párrafo del artículo 167 de la LGS.

b. Indique el porcentaje de asistencia de los Directores a las sesiones del Directorio durante el ejercicio

Nombre	% de asistencia
Alejandro Santo Domingo Dávila	89%
Francisco Mujica Serelle	89%
Karl Lippert	78%
Manuel Romero Caro	89%
Carlos Bentín Remy	100%
Bárbara Bruce Ventura	89%
Niall Mirchell	89%
Carlos Pérez Dávila	78%
Juan Carlos García Cañizares	89%
José Antonio Payet Puccio	100%
Carmen Rosa Graham Ayllón	100%
Andrés Peñate Giraldo	89%
Fernando Zavala Lombardi	56%
Ricardo Moreira	

c. Indique con qué antelación a la sesión de Directorio se encuentra a disposición de los Directores toda la información referida a los asuntos a tratar en una sesión

	Menor a 3 días	De 3 a 5 días	Mayor a 5 días
Información no confidencial.		✓	
Información confidencial.		✓	

Pregunta III.11

a. ¿El Directorio evalúa, al menos una vez al año, de manera objetiva, su desempeño como órgano colegiado y el de sus miembros?	☑ Sí	☐ No
b. ¿Se alterna la metodología de la autoevaluación con la evaluación realizada por asesores externos?	☑ Sí	☐ No

a. Indique si se han realizado evaluaciones de desempeño del Directorio durante el ejercicio

Como órgano colegiado.	☑ Sí	☐ No
A sus miembros.	☐ Sí	☑ No

En caso la respuesta a la pregunta anterior en cualquiera de los campos sea afirmativa, indicar la información siguiente para cada evaluación

Evaluación	Reporte de Buen Gobierno Corporativo – Realizada por el Comité de Buen Gobierno Corporativo	Validación para el Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC) Año 2016
Autoevaluación	Fecha: 26/01/16	Fecha:
	Difusión (*): Sí	Difusión (*):
Evaluación externa	Fecha:	Fecha: 26/05/16
	Entidad encargada:	Entidad encargada: MC&F
	Difusión (*):	Difusión (*): Sí

(*) Indicar Sí o No, en caso la evaluación fue puesta en conocimiento de los accionistas.

PRINCIPIO 21: COMITÉS ESPECIALES

Pregunta III.12

a. ¿El Directorio de la sociedad conforma comités especiales que se enfocan en el análisis de aquellos aspectos más relevantes para el desempeño de la sociedad?	☑ Sí	☐ No
b. ¿El Directorio aprueba los reglamentos que rigen a cada uno de los comités especiales que constituye?	☑ Sí	☐ No
c. ¿Los comités especiales están presididos por Directores Independientes?	☑ Sí	☐ No
d. ¿Los comités especiales tienen asignado un presupuesto?	☑ Sí	☐ No

Pregunta III.13

¿La sociedad cuenta con un Comité de Nombramientos y Retribuciones que se encarga de nominar a los candidatos a miembro de Directorio, que son propuestos ante la JGA por el Directorio, así como de aprobar el sistema de remuneraciones e incentivos de la Alta Gerencia?	☐ Sí	☑ No

Explicación

Aún no se ha creado este tipo de comité.

Pregunta III.14

¿La sociedad cuenta con un Comité de Auditoría que supervisa la eficacia e idoneidad del sistema de control interno y externo de la sociedad, el trabajo de la sociedad de auditoría o del auditor independiente, así como el cumplimiento de las normas de independencia legal y profesional?	☑ Sí	☐ No

a. Precise si la sociedad cuenta adicionalmente con los siguientes Comités Especiales

Comité de Riesgos	☐ Sí	☑ No
Comité de Gobierno Corporativo	☑ Sí	☐ No

b. De contar la sociedad con Comités Especiales, indique la siguiente información respecto de cada Comité

Comité 1	
Denominación del Comité	Comité de Auditoría
Fecha de creación	22/02/2006
Principales funciones	• Revisar los Estados Financieros anuales e intermedios, previos a que sean sometidos al Directorio. • Examinar y revisar los controles medioambientales internos, la gestión de riesgos dentro del grupo, las declaraciones del grupo en materia de sistemas de control interno y revisar la independencia, objetividad y eficacia de los procesos de auditoría externa, previos a que sean sometidos al Directorio. • Hacer recomendaciones al Directorio, en cuanto al nombramiento y remoción de los auditores externos; aprobar y recomendar al Directorio las remuneraciones y condiciones del contrato de los auditores externos. • Revisar anualmente la eficiencia de las funciones de auditoría interna, con particular énfasis en el plan de trabajo anual, actividades, el personal, organización y estructura de informes y el estado de la función. • Revisar la eficiencia del sistema de control del cumplimiento de leyes y reglamentos y los resultados de la gestión de investigación y seguimiento (incluyendo medidas disciplinarias) en cualquier caso de incumplimiento. El Comité de Auditoría está facultado para buscar cualquier información que requiera, proveniente de: • La Empresa no de sus compañías subsidiarias. Se requerirá que dichas personas cooperen con y que respondan a cualquier solicitud realizada por el Comité de Auditoría. • La parte externa podrá obtener consejo y asesoría externa legal o independiente, según sea requerido por cuenta de la EMPRESA. Dichos asesores podrán asistir a las reuniones, al ser invitados por el Presidente del Comité. El Comité de Auditoría está integrado por tres (03) miembros. El Directorio elegirá un número de Directores independientes quienes deberán formar parte del Comité. Pueden integrar el Comité funcionarios de la EMPRESA o un tercero que a juicio del Directorio deba formar parte del Comité de Auditoría.
Principales funciones	Podrán asistir a las reuniones del Comité como invitados: el Gerente General, el Gerente Financiero, el responsable de Auditoría Interna, otros ejecutivos de la EMPRESA que sean convocados y los auditores externos cuando el Comité considere que su asistencia sea pertinente. El Comité de Auditoría lleva actas de sus sesiones.

Miembros del Comité (*) Nombres y Apellidos	Fecha		Cargo dentro del Comité
	Inicio (**)	Término (***)	
Karl Gunter Lippert	01/01/2011		Presidente
Niall Mitchell	23/02/2016		Miembro
Carlos Bentín Remy	01/10/2008		Miembro
María Beatriz Abello	01/12/2010		Miembro
% Directores Independientes respecto del total del Comité.			25
Número de sesiones realizadas durante el ejercicio.			1
Cuenta con facultades delegadas de acuerdo con el artículo 174 de la Ley General de Sociedades.			☐ Sí ☑ No
El comité o su presidente participa en la JGA.			☐ Sí ☑ No

(*) Se brindará información respecto a las personas que integran o integraron el Comité durante el ejercicio que se reporta.

(**) Corresponde al primer nombramiento como miembro del Comité en la sociedad que reporta.

(***) Completar solo en caso hubiera dejado de ser parte del Comité durante el ejercicio.

Comité 2	
Denominación del Comité	Comité de Ética
Fecha de creación	7/11/2007
Principales funciones	• Procesar las denuncias que formulen los colaboradores, proveedores y terceros en general sobre eventuales conductas antiéticas, en que incurran trabajadores de la Empresa, infringiendo la Política de Ética, aprobada por la Gerencia General. • Divulgar entre los colaboradores, proveedores y terceros vinculados a la Empresa, los alcances de la Política de Ética, aprobada por el Directorio. • Velar por el cumplimiento de la Política de Ética. • Recibir, registrar y conducir la investigación de los reportes de las conductas antiéticas que se reciban. • Recomendar a la Administración las medidas que estime pertinentes, relacionadas con los reportes de las conductas antiéticas. • Informar al Comité de Auditoría sobre los reportes de conducta antiética recibidos, investigaciones realizadas y recomendaciones efectuadas a la Administración.

Miembros del Comité (*) Nombres y Apellidos	Fecha		Cargo dentro del Comité
	Inicio (**)	Término (***)	
Francisco Mujica Serelle	07/11/2007		Presidente
Bret Rogers	07/11/2007		Miembro
Fernando Alegre Basurco	12/08/2016		Miembro
María Paz Torres Portocarrero	01/07/2013		Secretaria
María Julia Sáenz	01/02/2014		Miembro
% Directores Independientes respecto del total del Comité.			20
Número de sesiones realizadas durante el ejercicio.			5
Cuenta con facultades delegadas de acuerdo con el artículo 174 de la Ley General de Sociedades.			☐ Sí ☑ No
El comité o su presidente participa en la JGA.			☐ Sí ☑ No

(*) Se brindará información respecto a las personas que integran o integraron el Comité durante el ejercicio que se reporta.

(**) Corresponde al primer nombramiento como miembro del Comité en la sociedad que reporta.

(***) Completar solo en caso hubiera dejado de ser parte del Comité durante el ejercicio.

Comité 3	
Denominación del Comité	Comité de Gobierno Corporativo
Fecha de creación	27/01/2009
Principales funciones	Tiene por objeto principal recomendar al Directorio sistemas para la adopción, seguimiento y mejora de las prácticas de Buen Gobierno Corporativo de la EMPRESA. Además, el Comité de Buen Gobierno Corporativo está a cargo de verificar trimestralmente que: • La Empresa haya cumplido con las Normas Internas de Conducta sobre hechos de importancia, información reservada y otras comunicaciones, que forman parte de la política de Información. • No se haya producido conflicto de interés alguno entre la administración, los miembros del Directorio y los accionistas. • En las transacciones con partes interesadas no haya mediado uso fraudulento de activos corporativos o abuso, y que las transacciones entre empresas vinculadas se realicen a valor de mercado.

Miembros del Comité (*) Nombres y Apellidos	Fecha		Cargo dentro del Comité
	Inicio (**)	Término (***)	
Francisco Mujica Serelle	01/01/2009		Presidente
José Antonio Payet Puccio	01/09/2014		Miembro
Carlos Bentín Remy	01/01/2009		Miembro
Juan Malpartida del Pozo	01/01/2009		Miembro
Adrián Pastor Torres	01/10/2013		Secretario
% Directores Independientes respecto del total del Comité.			75
Número de sesiones realizadas durante el ejercicio.			2
Cuenta con facultades delegadas de acuerdo con el artículo 174 de la Ley General de Sociedades.			☐ Sí ☑ No
El comité o su presidente participa en la JGA.			☑ Sí ☐ No

(*) Se brindará información respecto a las personas que integran o integraron el Comité durante el ejercicio que se reporta.

(**) Corresponde al primer nombramiento como miembro del Comité en la sociedad que reporta.

(***) Completar solo en caso hubiera dejado de ser parte del Comité durante el ejercicio.

Comité 4	
Denominación del Comité	
Fecha de creación	
Principales funciones	

Miembros del Comité (*) Nombres y Apellidos	Fecha		Cargo dentro del Comité
	Inicio (**)	Término (***)	
% Directores Independientes respecto del total del Comité.			
Número de sesiones realizadas durante el ejercicio.			
Cuenta con facultades delegadas de acuerdo con el artículo 174 de la Ley General de Sociedades.			☐ Sí ☐ No
El comité o su presidente participa en la JGA.			☐ Sí ☐ No

(*) Se brindará información respecto a las personas que integran o integraron el Comité durante el ejercicio que se reporta.

(**) Corresponde al primer nombramiento como miembro del Comité en la sociedad que reporta.

(***) Completar solo en caso hubiera dejado de ser parte del Comité durante el ejercicio.

Comité 5	
Denominación del Comité	
Fecha de creación	
Principales funciones	

Miembros del Comité (*) Nombres y Apellidos	Fecha		Cargo dentro del Comité
	Inicio (**)	Término (***)	
% Directores Independientes respecto del total del Comité.			
Número de sesiones realizadas durante el ejercicio.			
Cuenta con facultades delegadas de acuerdo con el artículo 174 de la Ley General de Sociedades.			☐ Sí ☐ No
El comité o su presidente participa en la JGA.			☐ Sí ☐ No

(*) Se brindará información respecto a las personas que integran o integraron el Comité durante el ejercicio que se reporta.

(**) Corresponde al primer nombramiento como miembro del Comité en la sociedad que reporta.

(***) Completar solo en caso hubiera dejado de ser parte del Comité durante el ejercicio.

PRINCIPIO 22: CÓDIGO DE ÉTICA Y CONFLICTOS DE INTERÉS

Pregunta III.15

¿La sociedad adopta medidas para prevenir, detectar, manejar y revelar conflictos de interés que puedan presentarse? ☑ Sí ☐ No

Indique, de ser el caso, cuál es el área y/o persona responsable para el seguimiento y control de posibles conflictos de intereses. De ser una persona la encargada, incluir adicionalmente su cargo y área en la que labora.

Área encargada	Comité de Ética
Persona encargada	Nombres y Apellidos
	Cargo
	Área

Pregunta III.16 / Cumplimiento

a. *¿La sociedad cuenta con un Código de Ética (*) cuyo cumplimiento es exigible a sus Directores, gerentes, funcionarios y demás colaboradores (**) de la sociedad, el cual comprende criterios éticos y de responsabilidad profesional, incluyendo el manejo de potenciales casos de conflictos de interés?* ☑ Sí ☐ No

b. *¿El Directorio o la Gerencia General aprueban programas de capacitación para el cumplimiento del Código de Ética?* ☑ Sí ☐ No

(*) El Código de Ética puede formar parte de las Normas Internas de Conducta.

(**) El término colaboradores alcanza a todas las personas que mantengan algún tipo de vínculo laboral con la sociedad, independientemente del régimen o modalidad laboral.

Si la sociedad cuenta con un Código de Ética, indique lo siguiente

a. Se encuentra a disposición de

Accionistas	☑ Sí	☐ No
Demás personas a quienes les resulte aplicable	☑ Sí	☐ No
Del público en general	☑ Sí	☐ No

b. Indique cuál es el área y/o persona responsable para el seguimiento y cumplimiento del Código de Ética. En caso sea una persona la encargada, incluir adicionalmente su cargo, el área en la que labora, y a quien reporta

Área encargada	Comité de Ética	
Persona encargada	Nombres y Apellidos	María Paz Torres Portocarrero
	Cargo	Secretaria del Comité de Ética
	Área	Dirección Legal
	Persona a quien reporta	Adrián Pastor Torres (Compliance Officer)

c. ¿Existe un registro de casos de incumplimiento a dicho Código? ☑ Sí ☐ No

d. Indique el número de incumplimientos a las disposiciones establecidas en dicho Código, detectadas o denunciadas durante el ejercicio

Número de incumplimientos	9

Pregunta III.17

a. ¿La sociedad dispone de mecanismos que permiten efectuar denuncias correspondientes a cualquier comportamiento ilegal o contrario a la ética, garantizando la confidencialidad del denunciante? ☑ Sí ☐ No

b. ¿Las denuncias se presentan directamente al Comité de Auditoría cuando están relacionadas con aspectos contables o cuando la Gerencia General o la Gerencia Financiera estén involucradas? ☑ Sí ☐ No

Pregunta III.18

a. ¿El Directorio es responsable de realizar seguimiento y control de los posibles conflictos de interés que surjan en el Directorio? ☑ Sí ☐ No

b. En caso la sociedad no sea una institución financiera, ¿Tiene establecido como política que los miembros del Directorio se encuentran prohibidos de recibir préstamos de la sociedad o de cualquier empresa de su grupo económico, salvo que cuenten con la autorización previa del Directorio? ☑ Sí ☐ No

c. En caso la sociedad no sea una institución financiera, ¿Tiene establecido como política que los miembros de la Alta Gerencia se encuentran prohibidos de recibir préstamos de la sociedad o de cualquier empresa de su grupo económico, salvo que cuenten con autorización previa del Directorio? ☑ Sí ☐ No

a. Indique la siguiente información de los miembros de la Alta Gerencia que tengan la condición de accionistas en un porcentaje igual o mayor al 5% de la sociedad

Nombres y apellidos	
Cargo	
Número de acciones	
% sobre el total de acciones	
% del total de acciones en poder de la Alta Gerencia	0

b. Indique si alguno de los miembros del Directorio o de la Alta Gerencia de la Sociedad es cónyuge, pariente en primer o segundo grado de consanguinidad, o pariente en primer grado de afinidad de

Nombres y apellidos	
Vinculación con	Accionista (*)
	Director
	Alta Gerencia
Nombres y apellidos del accionista / Director / Gerente	
Tipo de vinculación (**)	
Información adicional (***)	

(*) Accionistas con una participación igual o mayor al 5% del capital social.

(**) Para los fines de la vinculación se aplicarán los criterios de vinculación contenidos en el Reglamento de Propiedad Indirecta, Vinculación y Grupos Económicos.

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

c. En caso algún miembro del Directorio ocupe o haya ocupado durante el ejercicio materia del presente reporte algún cargo gerencial en la sociedad, indique la siguiente información

Nombres y apellidos		Fernando Zavala Lombardi	Rafael Alvarez Escobar
Cargo gerencial que desempeña o desempeñó		Gerente General	
Fecha en el cargo gerencial	Inicio (*)	01/11/2013	07/07/2016
	Término (**)	10/07/2016	

(*) Corresponde al primer nombramiento en la sociedad que reporta en el cargo gerencial.

(**) Completar solo en caso hubiera dejado de ejercer el cargo gerencial durante el ejercicio.

d. En caso algún miembro del Directorio o Alta Gerencia de la sociedad haya mantenido durante el ejercicio, alguna relación de índole comercial o contractual con la sociedad, que hayan sido importantes por su cuantía o por su materia, indique la siguiente información

Nombres y apellidos	
Tipo de Relación	
Breve Descripción	

PRINCIPIO 23: OPERACIONES CON PARTES VINCULADAS

Pregunta III.19

a. ¿El Directorio cuenta con políticas y procedimientos para la valoración, aprobación y revelación de determinadas operaciones entre la sociedad y partes vinculadas, así como para conocer las relaciones comerciales o personales, directas o indirectas, que los Directores mantienen entre ellos, con la sociedad, con sus proveedores o clientes, y otros grupos de interés?	☑ Sí	☐ No
b. En el caso de operaciones de especial relevancia o complejidad, ¿Se contempla la intervención de asesores externos independientes para su valoración?	☑ Sí	☐ No

a. De cumplir con el literal a) de la pregunta III.19, indique el (las) área(s) de la sociedad encargada(s) del tratamiento de las operaciones con partes vinculadas en los siguientes aspectos

Aspectos	Área Encargada
Valoración	Dirección de Impuestos - María Julia Sáenz
Aprobación	Según niveles de autorización aprobados por Directorio. A partir de US$5 millones requiere la aprobación del Directorio.
Revelación	Contador General.

b. Indique los procedimientos para aprobar transacciones entre partes vinculadas

Dependiendo del monto involucrado y en función de los límites autorizados por el Directorio, según consta inscrito en la partida electrónica de la empresa en Registros Públicos.

c. Detalle aquellas operaciones realizadas entre la sociedad y sus partes vinculadas durante el ejercicio que hayan sido importantes por su cuantía o por su materia

Nombre o denominación social de la parte vinculada	Naturaleza de la vinculación (*)	Tipo de la operación	Importe (S/.)
SABMiller LatinAmerica Inc.	Hub regional	Servicios de administración, consultoría y asistencia técnica	
SABMiller International Brands BV	Hub global de marcas	Regalías por licencia de marca Peroni	
Miller Brewing International	Vinculada	Regalías por licencia de marca Miller MGD	
SABMiller Procurement GMBH	Hub global de compras	Servicios logísticos globales	

(*) Para los fines de la vinculación se aplicarán los criterios de vinculación contenidos en el Reglamento de Propiedad Indirecta, Vinculación y Grupos Económicos.

d. Precise si la sociedad fija límites para realizar operaciones con vinculados ☐ Si ☑ No

PRINCIPIO 24: FUNCIONES DE LA ALTA GERENCIA

Pregunta III.20 / Cumplimiento

a. ¿La sociedad cuenta con una política clara de delimitación de funciones entre la administración o gobierno ejercido por el Directorio, la gestión ordinaria a cargo de la Alta Gerencia y el liderazgo del Gerente General? ☑ Sí ☐ No

b. ¿Las designaciones de Gerente General y presidente de Directorio de la sociedad recaen en diferentes personas? ☑ Sí ☐ No

c. ¿La Alta Gerencia cuenta con autonomía suficiente para el desarrollo de las funciones asignadas, dentro del marco de políticas y lineamientos definidos por el Directorio, y bajo su control? ☑ Sí ☐ No

d. ¿La Gerencia General es responsable de cumplir y hacer cumplir la política de entrega de información al Directorio y a sus Directores? ☑ Sí ☐ No

e. ¿El Directorio evalúa anualmente el desempeño de la Gerencia General en función de estándares bien definidos? ☑ Sí ☐ No

f. ¿La remuneración de la Alta Gerencia tiene un componente fijo y uno variable, que toman en consideración los resultados de la sociedad, basados en una asunción prudente y responsable de riesgos, y el cumplimiento de las metas trazadas en los planes respectivos? ☑ Sí ☐ No

a. Indique la siguiente información respecto a la remuneración que percibe el Gerente General y plana gerencial (incluyendo bonificaciones)

Cargo	Remuneración (*)	
	Fija	Variable
Gerente General	83	17
Alta Gerencia	78	22

(*) Indicar el porcentaje que representa el monto total de las retribuciones anuales de los miembros de la Alta Gerencia, respecto del nivel de ingresos brutos, según los estados financieros de la sociedad.

b. En caso la sociedad abone bonificaciones o indemnizaciones distintas a las determinadas por mandato legal, a la Alta Gerencia, indique la(s) forma(s) en que éstas se pagan

	Gerencia General	Gerentes
Entrega de acciones	✓	✓
Entrega de opciones	✓	✓
Entrega de dinero		
Otros / Detalle		

c. En caso de existir un componente variable en la remuneración, especifique cuáles son los principales aspectos tomados en cuenta para su determinación

LatAm Target, Company Target y Functional Targets.

d. Indique si el Directorio evaluó el desempeño de la Gerencia General durante el ejercicio ☑ Sí ☐ No

PILAR IV: Riesgo y Cumplimiento

PRINCIPIO 25: ENTORNO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE RIESGOS

Pregunta IV.1

a. ¿El Directorio aprueba una política de gestión integral de riesgos de acuerdo con su tamaño y complejidad, promoviendo una cultura de gestión de riesgos al interior de la sociedad, desde el Directorio y la Alta Gerencia hasta los propios colaboradores?	☑ Sí	☐ No
b. ¿La política de gestión integral de riesgos alcanza a todas las sociedades integrantes del grupo y permite una visión global de los riesgos críticos?	☑ Sí	☐ No
¿La sociedad cuenta con una política de delegación de gestión de riesgos que establezca los límites de riesgo que pueden ser administrados por cada nivel de la empresa?	☑ Sí	☐ No

Pregunta IV.2

a. ¿La Gerencia General gestiona los riesgos a los que se encuentra expuesta la sociedad y los pone en conocimiento del Directorio?	☑ Sí	☐ No
b. ¿La Gerencia General es responsable del sistema de gestión de riesgos, en caso no exista un Comité de Riesgos o una Gerencia de Riesgos?	☑ Sí	☐ No
¿La sociedad cuenta con un Gerente de Riesgos?	☐ Sí	☐ No

En caso su respuesta sea afirmativa, indique la siguiente información

Nombres y apellidos	
Fecha de ejercicio del cargo	Inicio (*)
	Término (**)
Área / órgano al que reporta	

(*) Corresponde al primer nombramiento en la sociedad que reporta.

(**) Completar solo en caso hubiera dejado de ejercer el cargo durante el ejercicio.

Pregunta IV.3

¿La sociedad cuenta con un sistema de control interno y externo, cuya eficacia e idoneidad supervisa el Directorio de la Sociedad?	☑ Sí	☐ No

PRINCIPIO 26: AUDITORÍA INTERNA

Pregunta IV.4

a. ¿El auditor interno realiza labores de auditoría en forma exclusiva, cuenta con autonomía, experiencia y especialización en los temas bajo su evaluación, e independencia para el seguimiento y la evaluación de la eficacia del sistema de gestión de riesgos?	☑ Sí	☐ No
b. ¿Son funciones del auditor interno la evaluación permanente de que toda la información financiera generada o registrada por la sociedad sea válida y confiable, así como verificar la eficacia del cumplimiento normativo?	☑ Sí	☐ No
c. ¿El auditor interno reporta directamente al Comité de Auditoría sobre sus planes, presupuesto, actividades, avances, resultados obtenidos y acciones tomadas?	☑ Sí	☐ No
a. Indique si la sociedad cuenta con un área independiente encargada de auditoría interna	☑ Sí	☐ No

En caso la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, dentro de la estructura orgánica de la sociedad indique, jerárquicamente, de quién depende la auditoría

Depende de

Reporta directamente al Comité de Auditoría, al Director Regional de Auditoría Interna y al Auditor Interno Global de SABMiller. Funcionalmente, reporta localmente al Gerente de Finanzas.

b. Indique si la sociedad cuenta con un Auditor Interno Corporativo	☑ Sí	☐ No

Indique cuáles son las principales responsabilidades del encargado de auditoría interna y si cumple otras funciones ajenas a la auditoría interna

Planificar y supervisar las pruebas de efectividad operativa de los controles internos basado en una gestión de riesgos de manera independiente y objetiva para brindar aseguramiento y asesoría, generando un valor agregado en el Grupo SAB Miller. Adicionalmente, es responsable del Control Interno Financiero y el Coordinador de Riesgos.

El cargo de Auditor Interno es a dedicación exclusiva; por tanto, no cumple otras funciones distintas a las relacionadas a auditoría.

Pregunta IV.5

¿El nombramiento y cese del Auditor Interno corresponde al Directorio a propuesta del Comité de Auditoría? ☑ Sí ☐ No

PRINCIPIO 27: AUDITORES EXTERNOS

Pregunta IV.6

¿La JGA, a propuesta del Directorio, designa a la sociedad de auditoría o al auditor independiente, los que mantienen una clara independencia con la sociedad? ☑ Sí ☐ No

a. ¿La sociedad cuenta con una política para la designación del Auditor Externo? ☐ Sí ☑ No

En caso la pregunta anterior sea afirmativa, describa el procedimiento para contratar a la sociedad de auditoría encargada de dictaminar los estados financieros anuales (incluida la identificación del órgano de la sociedad encargado de elegir a la sociedad de auditoría)

b. En caso la sociedad de auditoría haya realizado otros servicios diferentes a la propia auditoría de cuentas, indicar si dicha contratación fue informada a la JGA, incluyendo el porcentaje de facturación que dichos servicios representan sobre la facturación total de la sociedad de auditoría a la empresa ☐ Sí ☐ No

c. ¿Las personas o entidades vinculadas a la sociedad de auditoría prestan servicios a la sociedad, distintos a los de la propia auditoría de cuentas? ☐ Sí ☑ No

En caso la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, indique la siguiente información respecto a los servicios adicionales prestados por personas o entidades vinculadas a la sociedad de auditoría en el ejercicio reportado

Nombre o razón social

Servicios adicionales

% de remuneración (*)

(*) Facturación de los servicios adicionales sobre la facturación de los servicios de auditoría.

d. Indicar si la sociedad de auditoría ha utilizado equipos diferentes, en caso haya prestado servicios adicionales a la auditoría de cuentas ☑ Sí ☐ No

Pregunta IV.7

a. ¿La sociedad mantiene una política de renovación de su auditor independiente o de su sociedad de auditoría? ☐ Sí ☑ No

Explicación

No se ha considerado necesario, puesto que los equipos de trabajo destacados por la sociedad de auditoría externa rotan cada cinco años.

b. En caso dicha política establezca plazos mayores de renovación de la sociedad de auditoría, ¿El equipo de trabajo de la sociedad de auditoría rota como máximo cada cinco (5) años? ☑ Sí ☐ No

Indique la siguiente información de las sociedades de auditoría que han brindado servicios a la sociedad en los últimos cinco (5) años

Razón social de la sociedad de auditoría	Servicio (*)	Periodo	Retribución (**)	% de los ingresos sociedad de auditoría
Gaveglio, Aparicio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2015	250,000	99
Gaveglio, Aparicio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2014	317,000	98
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2013	556,000	95
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2012	436,000	98
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2011	596,000	85
Dongo-Soria Gaveglio y Asociados Sociedad Civil (Price Waterhouse Coopers)	Auditoría externa y servicios especiales	2010	495,000	97

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

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

Pregunta IV.8

En caso de grupos económicos, ¿el auditor externo es el mismo para todo el grupo, incluidas las filiales off-shore? ☑ Sí ☐ No

Indique si la sociedad de auditoría contratada para dictaminar los estados financieros de la sociedad correspondientes al ejercicio materia del presente reporte, dictaminó también los estados financieros del mismo ejercicio para otras sociedades de su grupo económico ☑ Sí ☐ No

En caso su respuesta anterior sea afirmativa, indique lo siguiente

Denominación o Razón Social de la(s) sociedad(es) del grupo económico
Racetrack Perú S.R.L.
Cervecería San Juan S.A.
Inmobiliaria IDE S.A.
Club Sporting Cristal
Naviera Oriente S.A.C.
Transportes 77 S.A.

PILAR V: Transparencia de la Información

PRINCIPIO 28: POLÍTICA DE INFORMACIÓN

Pregunta V.1

¿La sociedad cuenta con una política de información para los accionistas, inversionistas, demás grupos de interés y el mercado en general, con la cual define de manera formal, ordenada e integral los lineamientos, estándares y criterios que se aplicarán en el manejo, recopilación, elaboración, clasificación, organización y/o distribución de la información que genera o recibe la sociedad? ☑ Sí ☐ No

a. De ser el caso, indique si de acuerdo a su política de información la sociedad difunde lo siguiente

Objetivos de la sociedad	☑ Sí	☐ No
Lista de los miembros del Directorio y la Alta Gerencia	☑ Sí	☐ No
Estructura accionaria	☑ Sí	☐ No
Descripción del grupo económico al que pertenece	☑ Sí	☐ No
Estados Financieros y memoria anual	☑ Sí	☐ No
Otros / Detalle		

b. ¿La sociedad cuenta con una página *web* corporativa? ☑ Sí ☐ No

La página *web* corporativa incluye

Una sección especial sobre gobierno corporativo o relaciones con accionistas e inversionistas que incluye Reporte de Gobierno Corporativo	☐ Sí	☐ No
Hechos de importancia	☑ Sí	☐ No
Información financiera	☑ Sí	☐ No
Estatuto	☐ Sí	☑ No
Reglamento de JGA e información sobre Juntas (asistencia, actas, otros)	☑ Sí	☐ No
Composición del Directorio y su Reglamento	☑ Sí	☐ No
Código de Ética	☑ Sí	☐ No
Política de riesgos	☐ Sí	☑ No
Responsabilidad Social Empresarial (comunidad, medio ambiente, otros)	☑ Sí	☐ No
Otros / Detalle		

Pregunta V.2

¿La sociedad cuenta con una oficina de relación con inversionistas? ☑ Sí ☐ No

En caso cuente con una oficina de relación con inversionistas, indique quién es la persona responsable.

Responsable de la oficina de relación con inversionistas	Luis Guzmán Pardo Figueroa

De no contar con una oficina de relación con inversionistas, indique cuál es la unidad (departamento/área) o persona encargada de recibir y tramitar las solicitudes de información de los accionistas de la sociedad y público en general. De ser una persona, incluir adicionalmente su cargo y área en la que labora.

Área encargada		
Persona encargada	Nombres y Apellidos	Rocío Orellana Salazar
	Cargo	Coordinadora de Valores
	Área	Departamento de Valores

PRINCIPIO 29: ESTADOS FINANCIEROS Y MEMORIA ANUAL

En caso existan salvedades en el informe por parte del auditor externo, ¿dichas salvedades han sido explicadas y/o justificadas a los accionistas? ☐ Sí ☐ No

PRINCIPIO 30: INFORMACIÓN SOBRE ESTRUCTURA ACCIONARIA Y ACUERDOS ENTRE LOS ACCIONISTAS

Pregunta V.3

¿La sociedad revela la estructura de propiedad, considerando las distintas clases de acciones y, de ser el caso, la participación conjunta de un determinado grupo económico? ☑ Sí ☐ No

Indique la composición de la estructura accionaria de la sociedad al cierre del ejercicio

Tenencia acciones con derecho a voto	Número de tenedores (al cierre del ejercicio)	% de participación
Menor al 1%	672	0.5323
Entre 1% y un 5%	0	0
Entre 5% y un 10%	0	0
Mayor al 10%	2	99.4677
Total	**674**	**100**

Tenencia acciones sin derecho a voto (de ser el caso)	Número de tenedores (al cierre del ejercicio)	% de participación
Menor al 1%	1123	19.2485
Entre 1% y un 5%	8	19.8585
Entre 5% y un 10%	1	8.5771
Mayor al 10%	1	52.3159
Total	**1133**	**100**

Tenencia acciones de inversión (de ser el caso)	Número de tenedores (al cierre del ejercicio)	% de participación
Menor al 1%	8389	9.903
Entre 1% y un 5%	1	1.1991
Entre 5% y un 10%	0	0
Mayor al 10%	1	88.8979
Total	**8391**	**100**

Porcentaje de acciones en cartera sobre el capital social	0.2225

Pregunta V.4

¿La sociedad informa sobre los convenios o pactos entre accionistas?	☑ Sí	☐ No
a. ¿La sociedad tiene registrados pactos vigentes entre accionistas?	☐ Sí	☑ No

b. De haberse efectuado algún pacto o convenio entre los accionistas que haya sido informado a la sociedad durante el ejercicio, indique sobre qué materias trató cada uno de éstos

Elección de miembros de Directorio.	
Ejercicio de derecho de voto en las asambleas.	
Restricción de la libre transmisibilidad de las acciones.	
Cambios de reglas internas o estatutarias de la sociedad.	
Otros / Detalle.	

PRINCIPIO 31: INFORME DE GOBIERNO CORPORATIVO

Pregunta V.5

¿La sociedad divulga los estándares adoptados en materia de gobierno corporativo en un informe anual, de cuyo contenido es responsable el Directorio, previo informe del Comité de Auditoría, del Comité de Gobierno Corporativo, o de un consultor externo, de ser el caso?	☑ Sí	☐ No
a. La sociedad cuenta con mecanismos para la difusión interna y externa de las prácticas de gobierno corporativo	☑ Sí	☐ No

De ser afirmativa la respuesta anterior, especifique los mecanismos empleados

La autoevaluación se recoge en el cuestionario que forma parte de la Memoria Anual y que posteriormente es auditada por la Clasificadora de Riesgos Pacific Credit Rating. Dicha Memoria incluyendo la autoevaluación sobre cumplimiento de Principios de Buen Gobierno Corporativo se publica en la página web de Backus y en el portal de la Superintendencia del Mercado de Valores.

Sección C

Contenido de documentos de la Sociedad

Indique en cual(es) de los siguientes documento(s) de la Sociedad se encuentran regulados los siguientes temas

		Principio	Estatuto	Reglamento Interno (*)	Manual	Otros	No regulado	No aplica	Denominación del documento (**)
1	Política para la redención o canje de acciones sin derecho a voto.	1						✓	
2	Método del registro de los derechos de propiedad accionaria y responsable del registro.	2	✓	✓					
3	Procedimientos para la selección de asesor externo que emita opinión independiente sobre las propuestas del Directorio de operaciones corporativas que puedan afectar el derecho de no dilución de los accionistas.	3					✓		
4	Procedimiento para recibir y atender las solicitudes de información y opinión de los accionistas.	4	✓	✓					
5	Política de dividendos.	5				✓			Memoria Anual
6	Políticas o acuerdos de no adopción de mecanismos anti-absorción.	6					✓		
7	Convenio arbitral.	7					✓		
8	Política para la selección de los Directores de la sociedad.	8	✓	✓					
9	Política para evaluar la remuneración de los Directores de la sociedad.	8	✓	✓					
10	Mecanismos para poner a disposición de los accionistas información relativa a puntos contenidos en la agenda de la JGA y propuestas de acuerdo.	10	✓	✓					
11	Medios adicionales a los establecidos por Ley, utilizados por la sociedad para convocar a Juntas.	10	✓	✓					
12	Mecanismos adicionales para que los accionistas puedan formular propuestas de puntos de agenda a discutir en la JGA.	11	✓	✓					
13	Procedimientos para aceptar o denegar las propuestas de los accionistas de incluir puntos de agenda a discutir en la JGA.	11	✓	✓					

		Principio	Estatuto	Reglamento Interno (*)	Manual	Otros	No regulado	No aplica	Denominación del documento (**)
14	Mecanismos que permitan la participación no presencial de los accionistas.	12	✓	✓					
15	Procedimientos para la emisión del voto diferenciado por parte de los accionistas.	12		✓					
16	Procedimientos a cumplir en las situaciones de delegación de voto.	13	✓	✓					
17	Requisitos y formalidades para que un accionista pueda ser representado en una Junta.	13	✓	✓					
18	Procedimientos para la delegación de votos a favor de los miembros del Directorio o de la Alta Gerencia.	13	✓	✓					
19	Procedimiento para realizar el seguimiento de los acuerdos de la JGA.	14	✓	✓					
20	El número mínimo y máximo de Directores que conforman el Directorio de la sociedad.	15	✓	✓					
21	Los deberes, derechos y funciones de los Directores de la sociedad.	17	✓	✓					
22	Tipos de bonificaciones que recibe el directorio por cumplimiento de metas en la sociedad.	17		✓					
23	Política de contratación de servicios de asesoría para los Directores.	17		✓					
24	Política de inducción para los nuevos Directores.	17		✓					
25	Los requisitos especiales para ser Director Independiente de la sociedad.	19		✓					
26	Criterios para la evaluación del desempeño del Directorio y el de sus miembros.	20		✓					
27	Política de determinación, seguimiento y control de posibles conflictos de intereses.	22		✓		✓			Código de Ética
28	Política que defina el procedimiento para la valoración, aprobación y revelación de operaciones con partes vinculadas.	23		✓					
29	Responsabilidades y funciones del Presidente del Directorio, Presidente Ejecutivo, Gerente General, y de otros funcionarios con cargos de la Alta Gerencia.	24	✓	✓		✓			Código de Buen Gobierno Corporativo
30	Criterios para la evaluación del desempeño de la Alta Gerencia.	24		✓					

		Principio	Estatuto	Reglamento Interno (*)	Manual	Otros	No regulado	No aplica	Denominación del documento (**)
31	Política para fijar y evaluar las remuneraciones de la Alta Gerencia.	24		✓		✓			Código de Buen Gobierno Corporativo
32	Política de gestión integral de riesgos.	25				✓			Política de Administración de Riesgos
33	Responsabilidades del encargado de Auditoría Interna.	26				✓			Código de Buen Gobierno Corporativo
34	Política para la designación del Auditor Externo, duración del contrato y criterios para la renovación.	27	✓	✓		✓			Código de Buen Gobierno Corporativo
35	Política de revelación y comunicación de información a los inversionistas.	28	✓	✓		✓			Código de Buen Gobierno Corporativo

(*) Incluye Reglamento de JGA, Reglamento de Directorio u otros emitidos por la sociedad.

(**) Indicar la denominación del documento, salvo se trate del Estatuto de la sociedad.

Backus Orgullosamente parte de AB InBev

Reporte de sostenibilidad corporativa

Sección A

Implementación de acciones de Sostenibilidad Corporativa

Pregunta A.1

¿La sociedad se ha adherido voluntariamente a estándares de buenas prácticas en materia de Sostenibilidad Corporativa?	☑ Sí	☐ No

Explicación

En caso de ser afirmativa la respuesta, indicar el estándar y fecha de adhesión:

Estándar	Fecha de adhesión
Backus es firmante del Pacto Global de las Naciones Unidas	1/01/2003
Estrategia de Desarrollo Sostenible - Prosperar	1/08/2014
Estrategia de Desarrollo Sostenible - “Better World”	10/10/2016

En caso de elaborar informes o reportes de sostenibilidad distintos al presente reporte, indique la información siguiente:

Estos reportes se elaboran		
Voluntariamente	☑ Sí	☐ No
Por exigencia de inversionistas	☐ Sí	☐ No
Por exigencia de instituciones públicas	☐ Sí	☐ No
Otros / Detalle		

Dichos informes o reportes pueden ser de acceso a través de:

El Portal de la SMV	
Página web corporativa	✓
Redes Sociales	
Otros / Detalle	

Pregunta A.2

¿La sociedad tiene una política corporativa que contemple el impacto de sus actividades en el medio ambiente?	☑ Sí	☐ No

Explicación

a. En caso de ser afirmativa la respuesta a la pregunta A.2, indicar el documento societario en el que se regula dicha política y el órgano que lo aprueba.

Documento	Órgano
Política del Sistema Integrado de Gestión	Gerente General de Backus

b. ¿La sociedad cuantifica las emisiones de gases de efecto invernadero que son generadas en sus actividades (huella de carbono)?	☑ Sí	☐ No

De ser afirmativa su respuesta, indique los resultados obtenidos:

A nivel nacional, nuestro ratio de emisiones de dióxido de carbono (CO_2) es de 5.31 kg de CO_2 por hectolitro de cerveza producido.

c. ¿La sociedad cuantifica y documenta el uso total de la energía utilizada en sus actividades? ☑ Sí ☐ No

De ser afirmativa su respuesta, indique los resultados obtenidos:

A nivel nacional, nuestro ratio de consumo total de energía es de 90.43 KWh por hectolitro de cerveza producido.

d. ¿La sociedad cuantifica y documenta el uso total del agua utilizada (huella hídrica) en sus actividades? ☑ Sí ☐ No

De ser afirmativa su respuesta, indique los resultados obtenidos:

A nivel nacional, nuestro ratio de consumo de agua es de 3.01 hectolitros de agua por hectolitro de cerveza producido.

e. ¿La sociedad cuantifica y documenta los residuos que genera producto de sus actividades? ☑ Sí ☐ No

De ser afirmativa su respuesta, indique los resultados obtenidos:

Registramos de manera permanente los residuos generados en nuestras operaciones. A lo largo del año 2016 hemos producido a nivel nacional:

- Residuos Generales: 74,726 toneladas
- Residuos Peligrosos: 139.68

Del mismo modo, promovimos la reutilización del 98% de nuestros residuos en procesos secundarios; el resto fue dispuesto en instalaciones adecuadas de acuerdo a Ley.

Pregunta A.3

¿La sociedad tiene una política para promover y asegurar los principios y derechos fundamentales en el trabajo de sus colaboradores?[1] ☑ Sí ☐ No

Explicación

[1] De acuerdo con la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, adoptada en 1998, los principios y derechos se encuentran comprendidos en las siguientes cuatro categorías: (i) la libertad de asociación y la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva, (ii) la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio, (iii) la abolición del trabajo infantil y, (iv) la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

a. En caso de ser afirmativa la respuesta a la pregunta A.3, indicar el documento societario en el que se regula esta política y el órgano que aprueba este documento.

Documento	Órgano
Código de Ética	Gerente General de Backus
Reglamento Interno de Trabajo	
La Forma Responsable de Operar	
Política sobre Derechos Humanos	

b. ¿La sociedad lleva un registro de accidentes laborales? ☑ Sí ☐ No

En caso de ser afirmativa su respuesta, indicar el área encargada de llevar el registro y de quien depende jerárquicamente dicha área.

Área encargada	Depende jerárquicamente de
Gerencia de Aprendizaje y Desarrollo	Cuatro veces al año (enero, marzo, julio y octubre)

Pregunta A.4

¿La sociedad tiene una política que establece los lineamientos básicos para su relación con las comunidades con las que interactúa? ☑ Sí ☐ No

Explicación

a. En caso de ser afirmativa la respuesta a la pregunta A.4, indicar el documento societario en el que se regula esta política y el órgano que aprueba este documento.

Documento	Órgano
Estrategia de Desarrollo Sostenible - Prosperar	Gerente General de Backus
Estrategia de Desarrollo Sostenible "Better World"	

b. ¿La sociedad ha afrontado conflictos sociales (huelgas, marchas, otros) en la comunidad donde tiene sus actividades principales a consecuencia de sus operaciones? ☐ Sí ☑ No

En caso de ser afirmativa su respuesta, explique el impacto de dichos conflictos en la actividad de la sociedad.

c. ¿La sociedad trabaja en colaboración con la comunidad en la creación conjunta de valor, incluyendo la identificación y solución de los principales problemas comunes? ☑ Sí ☐ No

d. ¿La sociedad invierte en programas sociales en la comunidad donde tiene sus actividades principales? ☑ Sí ☐ No

De ser afirmativa su respuesta, indique el porcentaje que representa su inversión en dichos programas respecto a los ingresos brutos, según los estados financieros de la sociedad.

% Ingresos Brutos	0.36

Pregunta A.5

¿La sociedad tiene una política que establece los lineamientos básicos para gestionar la relación con sus proveedores? ☑ Sí ☐ No

a. En caso de ser afirmativa la respuesta a la pregunta A.5, indicar el documento societario en el que se regula esta política y el órgano que aprueba este documento.

Documento	Órgano
Código de Conducta para Proveedores	Oficina Central de Londres (SABMiller PLC)

b. ¿La sociedad lleva un registro actualizado de sus proveedores? ☑ Sí ☐ No

En caso de ser afirmativa su respuesta, indicar el área encargada de llevar el registro y de quien depende jerárquicamente dicha área.

Área encargada	Depende jerárquicamente de
Gerencia de Master Data	Dependencia local: VP Supply Chain

c. ¿La sociedad tiene un criterio para la selección de proveedores que contemple aspectos éticos y el cumplimiento de la legislación laboral? ☑ Sí ☐ No

d. ¿La sociedad tiene una política de compra o contratación que seleccione a proveedores que cumplen con estándares de gestión sostenible o medio ambiente? ☑ Sí ☐ No

Pregunta A.6

¿La sociedad tiene una política que establece los lineamientos básicos para la gestión de las relaciones con sus clientes? ☑ Sí ☐ No

Explicación

a. En caso de ser afirmativa su respuesta, indicar el documento societario en el que se regula esta política y el órgano que aprueba este documento.

Documento	Órgano
UCP-V00-MG-005-NP – Gestión de Requerimientos de Clientes	Vicepresidencia de Ventas

b. ¿La sociedad lleva un registro actualizado de reclamos de sus clientes? ☑ Sí ☐ No

Área encargada	Depende jerárquicamente de
Centro de Atención al Cliente	Dirección de Televentas

c. ¿La sociedad cuenta con canales de atención permanente para la atención al público y para la recepción de sugerencias y reclamos relativos a los productos y servicios que brinda? ☑ Sí ☐ No

d. ¿La sociedad ha recibido algún reconocimiento por la calidad en el servicio de atención a sus clientes? ☐ Sí ☑ No

En caso de ser afirmativa su respuesta indique los reconocimientos obtenidos:

www.backus.pe

Unión de Cervecerías Peruanas
Backus y Johnston S.A.A.
Av. Nicolás Ayllón 3986 - Ate Vitarte,
Lima - Perú

T: (511) 311 3000