

Informes de Anheuser-Busch InBev

Resultados del cuarto trimestre y del año fiscal completo 2020

“En un año extremadamente difícil, nuestros equipos dieron lo mejor de sí. Cerramos el año con sinergia en nuestros mercados clave apalancando nuestras fortalezas fundamentales como empresa y capturando los beneficios de inversiones que hemos estado realizando durante varios años en nuestra cartera y plataformas de rápido crecimiento, tales como BEES y Zé Delivery. Ahora estamos más conectados que nunca a los más de 6 millones de clientes y más de 2 mil millones de consumidores a los que damos servicio en todo el mundo a través de una clara estrategia comercial, un modernizado proceso de innovación, plataformas digitales y excelencia de operación continua”. – Carlos Brito, Director General (CEO)

CIFRAS CLAVE

- **Ingresos:** En 4T20, los ingresos aumentaron 4.5%, afectados en forma positiva por una recuperación de volumen ininterrumpida y crecimiento de ingreso por hectolitro de 2.7%. En el AF20, los ingresos descendieron 3.7% con un crecimiento en los ingresos por hectolitro de 2.1%.
- **Volumen:** En 4T20, los volúmenes totales crecieron 1.6%: los de cerveza ascendieron 1.8% y los volúmenes no relacionados con cerveza ascendieron 1.7%. En AF20, los volúmenes totales descendieron 5.7%: de cerveza descendieron 5.8% y los volúmenes no relacionados con cerveza descendieron 3.8%. Este descenso fue principalmente resultado del impacto de la pandemia de COVID-19.
- **Marcas Globales:** En 4T20, los ingresos combinados de nuestras marcas globales aumentaron 1.5% en todo el mundo y 1.3% fuera de sus respectivos mercados nacionales. En el AF20, los ingresos combinados de nuestras marcas globales Budweiser, Stella Artois y Corona descendieron 5.0% a nivel mundial y 5.3% fuera de sus respectivos mercados nacionales.
- **Costo de Ventas (Cost of Sales – CoS):** En 4T20, el CoS creció 7.9% e incrementó 6.4% sobre una base por hectolitro. En AF20, el CoS incrementó 3.1% e incrementó 9.8% sobre una base por hectolitro, principalmente resultado del desapalancamiento de operación provocado por el impacto de COVID-19 a nuestros volúmenes y por ajustes a la cadena de suministro implementados para satisfacer la demanda en evolución.
- **EBITDA:** En el 4T20, el EBITDA de 5,066 millones de USD representa una disminución de 2.4% con una contracción de margen de EBITDA de 261 BPS a 39.7%. En AF20, el EBITDA disminuyó 12.9% a 17,321 millones de USD y el margen de EBITDA se contrajo en 382 BPS a 36.9%.
- **Resultados financieros netos:** Los costos financieros netos (sin incluir resultados financieros netos no recurrentes) ascendieron a 422 millones de USD en 4T20, en comparación con 2,309 millones de USD en 4T19. Los costos financieros netos (sin incluir resultados financieros netos no recurrentes) fueron 5,959 millones de USD en AF20 en comparación con 4,355 millones de USD en AF19. El aumento en AF20 principalmente fue el resultado de una pérdida de valor de mercado (mark-to-market) de 1,211 millones de USD vinculada con la

⁴La información adjunta constituye información interna tal y como el término está definido en la Regla (de la UE) No 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo del 16 de abril de 2014 sobre abuso de mercado e información regulada tal y como el término está definido en el Decreto Real de Bélgica del 14 de noviembre de 2007 con respecto a las responsabilidades de emisores de instrumentos financieros que han sido aceptados para negociación en un mercado regulado. Excepto cuando se expresa otra cosa, los siguientes comentarios están respaldados por cifras de crecimiento orgánico y hacen referencia al 3T20 en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior.

Para conocer limitantes de responsabilidad importantes, le pedimos consulte las páginas 23 y 24.

cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones en comparación con una ganancia de 898 millones de USD en AF19, dando como resultado un deslizamiento de 2,109 millones de USD.

- **Impuestos sobre la renta:** En 4T20, nuestra tasa de impuestos efectiva (*effective tax rate* – ETR) normalizada aumentó de 24.5% en 4T19 a 24.8%. Sin incluir el impacto de ganancias y pérdidas en relación con la cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones, nuestra ETR normalizada fue de 29.4% en 4T20, en comparación con 17.2% en 4T19. La ETR normalizada incrementó de 23.0% en AF19 a 30.9% en AF20 y, la ETR normalizada creció de 24.9% en AF19 a 26.2% en AF20 sin incluir el impacto de ganancias y pérdidas en relación con la cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones.
- **Rubros no recurrentes:** El EBIT normalizado no incluye rubros no recurrentes negativos que ascienden a 215 millones de USD en 4T20, y a 1,184 millones de USD en AF20.
- **Utilidades:** Las utilidades normalizadas que se atribuyen a tenedores de capital de AB InBev ascendieron a 2,154 millones de USD en 4T20, en comparación con 962 millones de USD en 4T19 y 3,807 millones de USD en AF20 en comparación con 8,086 millones de USD en AF19. Las utilidades subyacentes (utilidades normalizadas atribuibles a tenedores de capital de AB InBev sin incluir ganancias y pérdidas de valor de mercado (mark-to-market) vinculadas con la cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones y el impacto de la hiperinflación) ascendió a 1,616 millones de USD en 4T20, en comparación con 1,729 millones de USD en 4T19 y ascendió a 5,022 millones de USD en AF20 en comparación con 7,196 millones de USD en AF19.
- **Ganancias por acción (*Earnings per share* – EPS):** Las EPS normalizadas de 4T20, ascendieron a 1.08 USD, un crecimiento de 0.48 USD con respecto a 4T19. Las EPS normalizadas de AF20 ascendieron a 1.91 USD, una disminución de 4.08 USD con respecto a AF19. Las EPS subyacentes (EPS normalizadas sin incluir ganancias y pérdidas de valor de mercado (mark-to-market) vinculadas con la cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones y el impacto de la hiperinflación) ascendieron a 0.81 USD en 4T20, una disminución de 0.87 USD con respecto a 4T19 y ascendieron a 2.51 USD en AF20, por debajo de 3.63 USD del AF19.
- **Impacto de créditos fiscales en Brasil:** En 4T20, Ambev, nuestra subsidiaria, concluyó el cálculo de sus créditos fiscales en una resolución judicial en relación con la exclusión del Impuesto al Valor Agregado (ICMS) de la base gravable de la aportación social sobre ingresos brutos (PIS y COFINS). La resolución hace referencia al periodo entre noviembre de 2009 y abril de 2015. Como resultado de esta resolución judicial y otros ajustes a créditos fiscales, Ambev reconoció ingresos por 481 millones de USD en Otros ingresos operativos para el año que cerró el 31 de diciembre de 2020. El impacto se presentó como un cambio de alcance. Además, Ambev reconoció 315 millones de USD de intereses ganados en Ingresos financieros para el año que cerró el 31 de diciembre de 2020. Se espera cobrar créditos fiscales e intereses por recibir de Ambev durante un periodo superior a 12 meses posterior a la fecha del balance general. Al 31 de diciembre de 2020, el monto total de dichos créditos e intereses por recibir representó 997 millones de USD. Las utilidades subyacentes atribuibles a tenedores de capital y EPS subyacentes tuvieron un impacto positivo de 325 millones de USD después de impuestos y participaciones no mayoritarias.
- **Dividendos:** El Consejo de Administración de AB InBev propone dividendos para el año completo de 2020 de 0.50 EUROS por acción, sujeto a la aprobación de la asamblea de accionistas en la Asamblea Anual de Accionistas del 28 de abril de 2021. La página 21 contiene una línea de tiempo que muestra las fechas de ex cupón, las fechas de registro y las fechas de pago.
- **Desapalancamiento:** La deuda neta de EBITDA normalizado fue 4.8x para el periodo de 12 meses que cerró al 31 de diciembre de 2020, dado que nuestros resultados se vieron afectados en forma sustancial por la pandemia de COVID-19.

- En nuestro sitio web www.ab-inbev.com encontrarán el **Informe Financiero del Año Completo 2020** y el **Informe ESG 2020**.

COMENTARIOS DE LA ADMINISTRACIÓN

A nuestros accionistas:

El año anterior presentó circunstancias extraordinarias para nuestro negocio, colegas y comunidades.

Extendemos nuestra inmensurable gratitud a aquéllos en las líneas frontales, particularmente a los trabajadores en el área de salud, por su compromiso a mantenernos a salvo, y a nuestros equipos que han demostrado tremenda resiliencia y agilidad conforme continuamos navegando el constante ambiente incierto. Creemos que sólo podremos lograr una recuperación saludable y sostenible si trabajamos juntos con nuestros socios, comunidades y consumidores.

Los retos enfrentados durante el último año nos han enseñado que es importante dar un paso atrás y reconocer las vidas que nos rodean, así como aquéllos que no están más con nosotros a causa de la pandemia. Con tristeza, perdimos familiares, amigos y colegas. Continuaremos haciendo lo que podamos para apoyar a nuestros colegas durante esta difícil época.

Nuestro objetivo de Unir a las Personas para un Mundo Mejor es más relevante que nunca

Nuestro objetivo nunca ha sido más relevante que hoy en día, aún si “juntos” luce diferente en este momento. Dentro del contexto de la pandemia de COVID-19, eso significa hacer lo que podamos para proteger la salud y seguridad de nuestra gente y comunidades y colocar el poder de nuestra cadena de valor al centro de la recuperación socioeconómica. En épocas normales, la cerveza es un motor formidable de crecimiento económico; en un mundo post COVID, puede ser un impulsor crítico de la recuperación.

Casi la totalidad de nuestras cervezas se obtiene, destila y disfruta a nivel local, conectándonos profundamente con las comunidades en donde vivimos y trabajamos. Esto significa que debemos dirigir la forma de apoyar la lucha contra la pandemia y hacer lo que podamos en la recuperación económica. En 2020, producimos y donamos millones de unidades de sanitización para manos en más de 20 países y agua potable de emergencia en más de 10 países. Movilizamos nuestras flotas de camiones en Colombia, Perú y el Ecuador para entregar alimentos esenciales y suministros médicos. Ayudamos a incrementar la infraestructura crítica del sector salud, incluyendo cuatro nuevos hospitales en México, Brasil, Colombia y Perú, y una planta de vacunas en Brasil. Para apoyar y facultar las fuentes de trabajo de más de 20,000 agricultores directos en nuestra cadena de suministro mundial, cumplimos compromisos a comprar cosechas en mercados tales como México e India, incluso cuando se clausuraron nuestras operaciones de destilado.

Navegación exitosa en un complejo ambiente con un enfoque centrado en cliente y consumidor

Después de un fuerte arranque del año, nuestros resultados generales de 2020 se vieron afectados en forma importante por los trastornos provocados por la pandemia de COVID-19. En AF20, los volúmenes bajaron 5.7%, los ingresos disminuyeron 3.7% y el EBITDA disminuyó 12.9% con una compresión de margen de EBITDA de 382 BPS a 36.9%.

Los consumidores se ajustaron con rapidez a la nueva realidad pasando a un mayor consumo en casa, aumentando la adopción del canal de comercio electrónico y encontrando nuevas formas para conectarse con otros, reforzando nuestra confianza en el potencial de largo plazo de la categoría de cerveza. Nuestros equipos con rapidez respondieron al ambiente en evolución, permitiéndonos entregar crecimiento de volumen de cerveza de 2.2% en 2S20, incluso cuando las condiciones externas no dejaron de ser extremadamente impredecibles. Esto impulsado por un enfoque centrado en el cliente y el consumidor, el cual es apoyado por las fortalezas fundamentales de largo plazo de nuestro negocio:

- **Clara estrategia comercial ejecutada con una cartera de mejor en su clase de marcas en todos los estilos y puntos de precios:**
 - *Impulsar la Premiumización:* Hemos creado y continuamente mejoramos la cartera más grande del mundo de marcas premium, diseñada a servir las necesidades y ocasiones de los consumidores cada vez más fragmentadas. Después de un difícil inicio del año, nuestra Empresa de Primera Clase incrementó sus ingresos en 4.1% y los ingresos de nuestras marcas mundiales crecieron en 4.7% fuera de sus respectivos mercados nacionales en 2S20. Estamos a la cabeza en la forma de expandir el segmento core plus en mercados emergentes y maduros, con marcas tales como Modelo en México y Michelob ULTRA en EE.UU.
 - *Diferenciar la rentabilidad core y smart:* Nuestras marcas esenciales también entregaron un saludable crecimiento en volumen en 2S20, demostrando confianza del consumidor en nuestra cartera sin paralelo. Nuestras inteligentes iniciativas de costeabilidad, tales como cervezas de cultivos locales en mercados incluyendo Brasil, Perú, Ecuador y Uganda, están atrayendo nuevos consumidores a la categoría de cervezas, mientras que al mismo tiempo se da servicio a nuestras comunidades apoyando a los agricultores locales.
 - *Construir adyacencias:* Nuestra cartera de productos que no incluyen la cerveza, y que cubre categorías tales como cocteles de hard seltzer y ready-to-drink (RTD), vinos y licores, ahora ha alcanzado más de mil millones de USD en ingresos y creció en cifras de dos dígitos durante 2020.
- **Estrategia de innovación enraizada en la centricidad y agilidad del consumidor:** Nuestras innovaciones contribuyeron más de 5 mil millones de USD a nuestros ingresos globales en 2020, un aumento en comparación con las cifras de 2019 incluso ante la luz del tremendo trastorno. Nuestra línea de innovación incluyó lanzamientos exitosos tales como Brahma Duplo Malte en Brasil, Bud Light Seltzer en EE.UU. y Nuestra Siembra en Ecuador. Hemos estado evolucionando nuestra estrategia de innovación para entregar productos superiores a consumidores con mayor velocidad y agilidad, lo cual ha demostrado ser particularmente crítico en el ambiente actual.
- **Escalando nuestras plataformas de comercio digital para crear valor para clientes y consumidores:** Creemos que la digitalización de relaciones con clientes y consumidores es un impulsor clave de crecimiento futuro, una tendencia que continúa acelerándose con rapidez por la necesidad de conectarse a distancia. Hemos estado invirtiendo en estas capacidades durante muchos años y vemos un crecimiento exponencial en la adopción de nuestras plataformas en 2020 por parte de los usuarios.
 - *Digitalización de nuestras relaciones con nuestra base de clientes mundial de más de 6 millones:* Nuestra plataforma B2B patrimonial, BEES, combina nuestra logística y sistemas de ventas, los cuales son los mejores de su clase, con nuevas capacidades digitales (tales como algoritmos con base en Inteligencia Artificial), lo que nos permite proporcionar a los clientes comunicación de conveniencia y sin problemas, así como un desempeño de negocio mejorado. En AF20, BEES capturó más de 3 mil millones de USD en valor bruto de mercancía (*gross merchandise value - GMV*), de lo cual más de 2 mil millones se entregaron durante 4T20, como consecuencia del uso y adopción acelerados. En diciembre, nuestra base en crecimiento de usuarios activos mensuales (*monthly active user - MAU*) alcanzó aproximadamente 900,000 usuarios en 9 mercados, y tenemos planes para lanzar la plataforma a varios nuevos mercados en 2021 conforme nos expandimos con rapidez.

- *A la cabeza en ventas de cerveza por medios electrónicos:* Nuestras más de 20 empresas de comercio electrónico directo al consumidor (*direct-to-consumer* - DTC) en el mundo ofrecen conveniencia para nuestros consumidores y ofrecen valiosa información que nos permite anticipar tendencias emergentes. En Brasil, Zé Delivery está presente en todos los 27 estados de Brasil y con un crecimiento notoriamente acelerado con más de 27 millones de pedidos cumplidos en AF20. En Europa, nuestra cartera de almacenes de cerveza para comercio electrónico creció más que el mercado, alcanzando nuevos hogares de consumidores. Para complementar nuestras propias plataformas, también apalancamos asociaciones estratégicas con terceros minoristas que nos han permitido establecer liderazgo de comercio electrónico y hacer crecer nuestra participación de mercado mundial. Esto se aprecia mejor en China, en donde tenemos una posición a la cabeza entre cerveceros en el mercado de comercio electrónico más grande del mundo.
- *Encontrando nuevas formas para que nuestras marcas se conecten con nuestros más de 2 mil millones de consumidores en el mundo:* Con nuestra agencia interna, draftLine, estamos creando ejecuciones de comercialización en donde el consumidor es lo más importante con más agilidad y relevancia. Nuestra serie de conciertos en línea “en vivo” en Brasil, que activaron con éxito nuestras marcas más importantes e innovaciones, tales como Brahma Duplo Malte, entregaron más de 350 conciertos y generaron 678 millones de vistas en 12 semanas. Nuestra campaña “Save Pub Life” del Reino Unido, un programa de tarjetas de obsequio para apoyar a *pubs* y bares del vecindario, generaron 1.2 millones de GBP en donaciones cuando más lo necesitaban, y se convirtieron en un programa global que ayudó a bares y restaurantes de todo el mundo.
- **Un compromiso incansable a la excelencia de operación y agilidad propició ganancias de participación de mercado:** Con una cadena de suministro global élite y de escala sin paralelo, estamos superando nuestro nivel de servicio y disponibilidad de producto para nuestros clientes. Hemos ganado participación de mercado en la mayoría de nuestros mercados clave combinando la fortaleza de nuestras operaciones con una estrategia comercial ganadora y una cartera de marcas sin rival.

Priorizando el desapalancamiento gestionando en forma proactiva nuestra cartera de deuda

Nuestro compromiso a la disciplina financiera es inquebrantable. El uso eficiente de nuestros recursos es una habilidad clave. Es un impulsor importante de la rentabilidad líder en nuestra industria y nos posiciona en buen lugar para emerger más fuertes de esta crisis. Además, continuamos gestionando en forma proactiva los factores dentro de nuestro círculo de influencia para mantener una liquidez prudente durante épocas inciertas, apoyando simultáneamente el crecimiento de largo plazo de nuestro negocio.

- **Comprometidos al desapalancamiento:** La deuda neta sobre EBITDA normalizado fue 4.8x para el periodo de 12 meses que cerró el 31 de diciembre de 2020, dado que nuestros resultados se afectaron en forma importante por la pandemia de COVID-19. El desapalancamiento de alrededor de 2x continúa siendo nuestro compromiso y priorizaremos en la restitución de deuda para cumplir con este objetivo.
- **Gestión proactiva de nuestra cartera de deuda reduce los riesgos aún más:** Durante todo 2020, asumimos una serie de iniciativas de gestión de pasivos para reducir aún más los riesgos en nuestro balance general creando simultáneamente valor. Aplicamos los 10.8 mil millones de USD de ganancia de la venta de nuestra subsidiaria de Australia y aproximadamente 11 mil millones de USD de ganancia de la emisión de pagarés para reducir la deuda bruta con vencimientos durante los siguientes cinco años de aproximadamente 18 mil millones de USD.

Estas acciones extendieron nuestra madurez ponderada promedio de aproximadamente 14 años en 2019 a más de 16 años en 2020.

- **Mejorando nuestra posición sólida de liquidez conforme navegamos en incertidumbre:** Hemos adoptado medidas importantes para mantener una posición de liquidez sólida en un ambiente más incierto, gestionando en forma proactiva nuestro perfil de deuda. Al cierre del año, nuestra posición de liquidez total era aproximadamente 24.3 mil millones de USD, compuesto por los 9 mil millones de USD no retirados de nuestra línea de crédito revolvente (*revolving credit facility* - RCF) y 15.3 mil millones de USD en efectivo. Este saldo en efectivo incluye las ganancias de la emisión de una participación minoritaria en nuestras operaciones de contenedores metálicos con base en EE.UU. de aproximadamente 3 mil millones de USD, que posteriormente se desplegó en enero de 2021 para amortizar aproximadamente el mismo monto de pagarés en EUROS y AUD con vencimiento en 2024 y 2025, respectivamente. Nuestra posición de liquidez continúa estando más alta que siempre en vista de la incertidumbre que no cesa, con un saldo en efectivo más que suficiente para cubrir los vencimientos de pagarés hasta el 2026. Continuaremos monitoreando el ambiente externo y nos adaptaremos como sea pertinente de acuerdo a la evolución de las circunstancias.
- **Líder en financiamiento sostenible:** El 18 de febrero de 2021, anunciamos la firma exitosa de una Línea de Crédito Revolvente de Préstamo Vinculada Sostenible (*Sustainable-Linked Loan Revolving Credit Facility* - SLL RCF) por 10.1 mil millones de USD, sustituyendo nuestra RCF de 9 mil millones de USD. La línea de crédito tiene un plazo inicial de cinco años e incorpora un mecanismo de definición de precios que incentiva la mejora en áreas clave de desempeño en línea con nuestros Objetivos de Sostenibilidad de 2025 que contribuyen a los mismos. Para conocer más, le pedimos consulte el [comunicado de prensa](#) relacionado.

Las fortalezas fundamentales nos posicionan favorablemente para una sólida recuperación

En tanto el futuro continúa siendo incierto, nuestras fortalezas fundamentales nos posicionan en forma favorable para una sólida recuperación. Tenemos una marca geográfica diversa, con operaciones en casi 50 mercados y ventas en más de 150 países, y posiciones importantes en regiones de alto crecimiento. Una clara estrategia comercial nos da las herramientas para dirigir y hacer crecer la categoría de cerveza global y escalar las mejores prácticas en todos los mercados. Tenemos la cartera más valiosa del mundo de marcas de cerveza, permitiéndonos alcanzar a más consumidores en más ocasiones. Nuestra rentabilidad es líder en la industria, lo que nos permite sobrellevar épocas de extremos trastornos. Las inversiones en las capacidades tales como ventas B2B (Negocio a negocio), comercio electrónico y comercialización digital, nos coloca en una posición aventajada para materializar el crecimiento de estas tendencias aceleradas.

Lo más importante, tenemos una cultura de titularidad y una mentalidad de largo plazo. Nuestros casi 164,000 colegas en el mundo están dispuestos a alcanzar el reto de cada día, demostrando ingenio, pasión y resiliencia. En este año tremendamente complejo, estamos contentos porque nuestra puntuación anual de compromiso de empleados aumentó 3 puntos porcentuales. 2020 ha reforzado nuestra confianza en el potencial de la categoría cervezas y nuestro negocio. Continuaremos confiando en nuestras fortalezas fundamentales en tanto nunca pausaremos nuestra evolución para ser una organización realmente centrada en nuestros clientes y consumidores.

Esperamos servir a nuestros clientes, consumidores y comunidades durante cuando menos los siguientes 100 años.

PANORAMA DE 2021

- (i) **Desempeño General:** No obstante la interrupción continua provocada por la pandemia de COVID-19 continúa creando incertidumbre, esperamos que nuestros resultados en cuanto a ingresos y costos del AF21 mejoren en forma importante en comparación de los del AF20. Esperamos crecimiento en los ingresos a partir de una combinación saludable de volumen y precio que se traducirá en una reducción por lo que hace a costos. Continuaremos utilizando en forma eficiente nuestros recursos mientras incentivamos las inversiones detrás de nuestras marcas. Sin embargo, la mezcla adversa de canal y empaque, vinculada con vientos turbulentos en el tipo de cambio por operación y bienes básicos colocará presión a nuestro margen EBITDA del AF21. El panorama para AF21 refleja nuestra actual evaluación de la escala y magnitud de la pandemia de COVID-19, que está sujeta a cambio conforme continuamos monitoreando los acontecimientos en curso.
- (ii) **Costos Financieros Netos:** Esperamos que el cupón de deuda bruta promedio en AF21 sea aproximadamente 4.0%. Los intereses pagados netos de pensión y la acumulación de gastos incluyendo ajustes a la NIIF 16 (presentación de informes de arrendamiento) se espera estén en el rango de 150 a 170 millones de USD por trimestre, dependiendo de las fluctuaciones de la divisa. Los costos financieros netos continuarán viéndose impactados por ganancias y pérdidas relacionadas con la cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones.
- (iii) **Tasas Efectivas de Impuestos (Effective Tax Rates - ETR):** Esperamos que la ETR para AF21 sea superior a la de los AF20 y AF19, por factores que incluyen el desfase de nuestras medidas temporales de COVID-19 y cambios a las leyes y atributos fiscales en ciertos mercados clave.
- (iv) **Gasto Neto de Capital:** Esperamos que el gasto neto de capital se encuentre entre 4.5 y 5 mil millones de USD en AF21 conforme estamos haciendo crecer inversiones en innovación y otras iniciativas que se centran en el consumidor para continuar alimentando nuestra sinergia.
- (v) **Deuda:** Aproximadamente 44% de nuestra deuda bruta está denominada en divisas diferentes al dólar de EE.UU., principalmente el Euro. Nuestra estructura óptima de capital continúa dentro de la razón deuda neta sobre EBITDA de casi 2x.

Figura 1. Desempeño consolidado (millones de USD)

	4T19	4T20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	141 979	144 455	1.6%
Cerveza propia de AB InBev	124 025	126 388	1.8%
Volúmenes no relacionados con cerveza	17 170	17 434	1.7%
Productos de terceros	785	633	-25.6%
Ingresos	13 334	12 767	4.5%
Utilidades brutas	8 065	7 485	2.2%
Margen bruto	60.5%	58.6%	-129 bps
EBITDA normalizado	5 343	5 066	-2.4%
Margen de EBITDA normalizado	40.1%	39.7%	-261 bps
EBIT normalizado	4 128	3 867	-4.7%
Margen de EBIT normalizado	31.0%	30.3%	-267 bps
Utilidades de operaciones continuas que se atribuyen a tenedores de capital de AB InBev	-1	2 266	
Utilidades atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	114	2 266	
Utilidades normalizadas atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	962	2 154	
Utilidades subyacentes atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	1 729	1 616	
Ganancias por acción (USD)	0.06	1.13	
Ganancias normalizadas por acción (USD)	0.48	1.08	

Ganancias subyacentes por acción (USD)	0.87	0.81	
	AF19	AF20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	561 427	530 644	-5.7%
Cerveza propia de AB InBev	495 423	467 416	-5.8%
Volúmenes no relacionados con cerveza	62 296	59 865	-3.8%
Productos de terceros	3 709	3 363	-20.6%
Ingresos	52 329	46 881	-3.7%
Utilidades brutas	31 967	27 247	-8.2%
Margen bruto	61.1%	58.1%	-280 bps
EBITDA normalizado	21 078	17 321	-12.9%
Margen de EBITDA normalizado	40.3%	36.9%	-382 bps
EBIT normalizado	16 421	12 723	-18.3%
Margen de EBIT normalizado	31.4%	27.1%	-472 bps
Utilidades de operaciones continuas que se atribuyen a tenedores de capital de AB InBev	8 748	-650	
Utilidades atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	9 171	1 405	
Utilidades normalizadas atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	8 086	3 807	
Utilidades subyacentes atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	7 196	5 022	
Ganancias por acción (USD)	4.62	0.70	
Ganancias normalizadas por acción (USD)	4.08	1.91	
Ganancias subyacentes por acción (USD)	3.63	2.51	

Figura 2. Volúmenes (miles de hls)

	4T19	Alcance	Crecimiento orgánico	4T20	Crecimiento orgánico Volumen Total	Volumen de cerveza propia
Norteamérica	25 489	26	-176	25 340	-0.7%	-0.7%
Centroamérica	35 544	208	736	36 487	2.1%	3.0%
Sudamérica	41 209	46	3 899	45 154	9.5%	11.4%
Europa, Medio Oriente y África	23 867	-33	-1 556	22 277	-6.5%	-6.0%
Asia Pacífico	15 481	-67	-470	14 944	-3.0%	-3.1%
Empresas globales de exportación y tenedoras	389	-29	-109	252	-31.7%	-35.4%
AB InBev en el mundo	141 979	151	2 324	144 455	1.6%	1.8%

	AF19	Alcance	Crecimiento orgánico	AF20	Crecimiento orgánico Volumen Total	Volumen de cerveza propia
Norteamérica	108 133	237	-1 525	106 846	-1.4%	-1.4%
Centroamérica	133 538	1 072	-13 810	120 800	-10.3%	-10.9%
Sudamérica	139 664	93	4 452	144 209	3.2%	4.9%
Europa, Medio Oriente y África	85 888	-115	-9 566	76 207	-11.2%	-10.8%
Asia Pacífico	93 168	-62	-11 456	81 649	-12.3%	-12.4%
Empresas globales de exportación y tenedoras	1 036	-55	-48	933	-5.1%	-7.8%
AB InBev en el mundo	561 427	1 170	-31 954	530 644	-5.7%	-5.8%

DESEMPEÑOS EN MERCADOS CLAVE

Estados Unidos de América

Crecimiento de los ingresos y mejora constante en la tendencia de la participación de mercado impulsados por la exitosa ejecución de la estrategia comercial

En 2020, nuestro negocio de EE.UU. produjo un crecimiento de los ingresos y de los resultados y continuó mejorando la tendencia de la participación de mercado. Lo anterior fue resultado de una ejecución consistente de una estrategia en la que el consumidor es prioridad y se enfoca en premiumización, salud y bienestar e innovación, así como una entrega exitosa contra cada una de nuestras cinco prioridades comerciales. Estamos a la cabeza en la industria de la cerveza de EE.UU. en crecimiento en dólares en AF20, de acuerdo con IRI. Nuestra planificación avanzada y capacidades analíticas y cadena de suministro global nos permitieron en forma efectiva dar servicio a clientes y consumidores incluso con la continua presión de la industria y volatilidad provocada por la pandemia de COVID-19.

Nuestras ventas a minoristas (*sales-to-retailers* - STR) cayeron 0.2% en AF20, ligeramente por debajo de una industria que cayó 0.1%. Lo anterior dio como resultado una pérdida estimada de participación de mercado de 5 BPS, ya que la mencionada cartera esencial ganó aproximadamente 110 BPS y nuestras marcas convencionales perdieron un estimado de 115 BPS. Nuestras ventas a mayoristas (*sales-to-wholesalers* - STW) cayeron 1.7% con un crecimiento de ingresos por hectolitros de 2.6%, que dieron como resultado crecimiento en ingresos de 0.8%.

En 4T20, la industria se vio afectada por la segunda ola de la pandemia de COVID-19 y las restricciones correspondientes al canal en instalaciones. Nuestras STR cayeron 1.6% en una industria que calculamos cayó 1.4%, dando como resultado un descenso estimado en la participación de mercado de 15 BPS. Nuestra antes mencionada cartera esencial ganó un cálculo estimado de 105 BPS en tanto nuestra cartera convencional perdió cerca de 120 BPS de participación de mercado. Nuestras STW cayeron 0.5% y los ingresos por hectolitros crecieron 3.9%, resultado de una sólida ejecución de nuestro reequilibrio de cartera e iniciativas de gestión de ingresos, acelerados por favorable mezcla de marcas en relación con los tiempos de envíos, que dieron como resultado crecimiento de ingresos de 3.4%.

Nuestra arriba señalada cartera esencial continuó desempeñándose positivamente, gracias a la sinergia continua de Michelob ULTRA y las innovaciones exitosas tales como Bud Light Seltzer. Michelob ULTRA una vez más se convirtió en la segunda cerveza de mayor venta por valor en EE.UU., después de Bud Light, y fue la ganadora número uno de participación en bebidas de malta saborizadas sin incluir cerveza en AF20, de acuerdo con IRI. Además, nuestra cartera de seltzers creció dos veces el índice de la industria, por un lanzamiento exitoso de Bud Light Seltzer. La ejecución continua de nuestra estrategia comercial también ha dado como resultado una participación plana del segmento convencional en AF20 y crecimiento de 40 BPS en 4T20.

En AF20, nuestro EBITDA creció 0.2% con una ligera compresión de margen de 24 BPS a 40.4%, conforme el crecimiento de los ingresos, mezcla favorable de marcas y eficiencias en costos continuos se vieron parcialmente compensados por ganancias de año anterior en una sola ocasión de arreglo en otro ingreso de operación. En 4T20, el EBITDA se redujo 4.1% con una compresión de margen de 295 BPS a 38.2%, ya que el crecimiento de los ingresos fueron compensado por el desfase de inversiones de ventas y comercialización, un crecimiento en costos en relación con la adquisición y optimización de suministro de latas y un mercado de fletes más estricto.

México

El excelente desempeño en la industria reforzada por un sólido crecimiento de los ingresos y los gastos en la segunda mitad del año

En AF20, nuestro negocio en México entregó un desempeño muy saludable dentro del contexto de un ambiente externo volátil. Los ingresos se deslizaron a la baja en cifras de un sólo dígito, motivadas por una disminución del volumen en cifras de un sólo dígito por un cierre obligatorio de dos meses ordenado por el gobierno a nuestras operaciones en 2T20. Con rapidez reiniciamos operaciones y mejoramos el desempeño de la industria en el año, dando como resultado ganancias de participación de mercado continuas. Los ingresos por hectolitros crecieron en cifras medias de un sólo dígito, superando la inflación, por las iniciativas de gestión de ingresos y una positiva mezcla de marcas del crecimiento continuo de la arriba mencionada cartera esencial. En 4T20, nuestro negocio continuó su sólido momento con crecimiento de volumen a cifras bajas de un sólo dígito, crecimiento de ingresos de cifras altas de un sólo dígito y crecimiento de ingresos por hectolitros a cifras medias de un sólo dígito, arriba de la inflación.

No dejamos de enfocarnos en el desarrollo de nuestra cartera en línea con el marco de expansión de categoría. Continuamos fortaleciendo nuestras marcas esenciales, con el crecimiento combinado de Corona y Victoria superando el desempeño de la industria en 2020. Nuestra anterior mencionada cartera esencial crece a un paso veloz, en el que las marcas de la familia Modelo contribuyen al crecimiento absoluto de volumen más importante en la categoría de cervezas. Michelob ULTRA también demuestra sólidos resultados particularmente en 4T20, creciendo sobre la industria. Creando apalancamiento en la propuesta y capital de consumidor de marca, actualmente hemos lanzado pilotos de Michelob ULTRA Hard Seltzer conforme impulsamos nuestro enfoque en crecimiento de la industria abriendo el camino en segmentos nuevos. Continuamos respaldando a nuestros clientes a través de programas de reactivación de industria y soluciones digitales, tales como los despliegues de BEES, cuyo tamaño se duplicó durante el año.

Nuestra cadena patrimonial de almacenes minoristas, Modelorama, creció su huella con más de 600 ubicaciones nuevas para alcanzar un total de casi 9,500 establecimientos en todo el país. También concluimos las olas tercera y cuarta de nuestra expansión en forma exitosa en el almacén de conveniencia más importante del país, OXXO, ofreciendo nuestras marcas en más de 7,700 tiendas. En línea con nuestro plan, lanzamos la tercera fase del despliegue en aproximadamente 1,100 o más tiendas en enero de 2021. Continuamos emocionados por el potencial crecimiento a largo plazo e incremento de estas oportunidades.

En AF20, el EBITDA cayó en cifras bajas de un sólo dígito con una expansión de margen de 85 BPS, principalmente resultado del cierre obligatorio ordenado por el gobierno de dos meses durante 2T20, dado que reiniciamos operaciones con rapidez para entregar crecimiento de ingresos y costos con una expansión de margen en 2S20. En 4T20, el EBITDA creció entre los doce y diecisiete puntos con una expansión de margen de casi 300 BPS debido al saludable crecimiento de ingresos y eficiencias de operación.

Colombia

Un sólido cierre del año con impulso en toda nuestra cartera, aunque los resultados de AF20 se vieron afectados en forma importante por las restricciones

En AF20, nuestros ingresos y volúmenes totales cayeron en dígitos altos de una sola cifra, con caídas de volumen tanto en cerveza como de no cerveza. Los ingresos por hectolitros cayeron en dígitos bajos de una sola cifra, principalmente resultado de la mezcla de canal. Después de la liberación gradual de las restricciones relativas a permanecer en casa y de los canales de distribución locales, nuestro negocio en Colombia se recuperó fuertemente durante el 4T20 con impulso en toda la cartera, ya que cada mes del trimestre estuvo marcado por nuestros volúmenes de cerveza mensuales más altos de todos los tiempos. Los ingresos crecieron en dígitos altos de una sola cifra en el trimestre con crecimiento en volumen de cerveza en cifras altas de una sola cifra e ingresos fijos por hectolitros. Nuestros equipos continúan trabajando estrechamente con los gobiernos locales para apoyar una recuperación segura del canal en instalaciones.

Continuamos expandiendo con éxito el segmento premium, dirigido por nuestra cartera de marcas globales, que creció en entre quince y diecinueve puntos en AF20. Nuestras marcas principales tuvieron una sólida recuperación en 4T20 y crecieron en cifras altas de una sola cifra, estando al frente Águila y respaldadas por nuestra innovación lager fácil de beber Costeña Bacana. Como parte de nuestro viaje de transformación digital, aceleramos la inauguración de BEES, que ahora utilizan cientos de miles de nuestros clientes y se convierte en la mayoría de nuestros ingresos digitales al cierre del año.

El EBITDA cayó entre doce y diecisiete puntos en AF20 con aproximadamente 400 BPS de contracción de margen. En 4T20, el EBITDA creció lentamente cifras de un sólo dígito bajas con un margen de compresión de casi 240 BPS, afectado por vientos turbulentos de divisas y bienes básicos, vinculados con mezcla adversa de empaquetado resultado de un aumento en el empaque de una sola forma, particularmente latas.

Brasil

Un sólido desempeño en ingresos este año impulsado por una estrategia comercial exitosa y excelencia de operación

Nuestro negocio de servicio en Brasil entregó un sólido desempeño este año en un ambiente desafiante. Hicimos crecer nuestros volúmenes de cerveza 5.6% durante AF20 y 11.9% durante 4T20, desempeñándonos mejor que el promedio de la industria en ambos periodos, a través de la ejecución exitosa de nuestra estrategia centrada en el cliente y el consumidor e impulsando la excelencia de operación. Nuestra cartera principal se desempeñó mejor que el promedio en la industria, estabilizamos el desempeño de nuestras marcas esenciales y entregamos innovaciones realmente exitosas tales como Brahma Duplo Malte, una marca que ha hecho crecer en gran medida el segmento plus esencial que anteriormente había tenido poco desarrollo. Continuamos haciendo crecer la transformación digital de nuestro negocio, con nuestro mercado en línea B2B e iniciativas directas al consumidor creciendo a una tasa exponencial expandiéndonos con rapidez en todo el país. Casi la mitad de nuestros clientes activos actualmente utilizan BEES. Nuestra principal iniciativa DTC, Zé Delivery, ahora se encuentra en los 27 estados de Brasil creciendo a un paso realmente acelerado habiendo cumplido con más de 27 millones de pedidos en AF20. Nuestro desempeño también se vio impactado en forma positiva por los subsidios gubernamentales de abril a diciembre que incrementaron el ingreso disponible del consumidor resultando en un aumento en la demanda del consumidor.

Nuestros volúmenes no relacionados con cerveza permanecieron constantes durante AF20 y crecieron 6.6% en 4T20, dado que las ocasiones de consumo regresaron durante la segunda mitad del año.

El crecimiento combinado del volumen entregado del negocio representó 4.2% y los ingresos totales crecieron 7.1% durante AF20. Los ingresos por hectolitros aumentaron 2.8%, principalmente resultado de las iniciativas de gestión de ingresos, mezcla de marcas y mezcla de categorías, compensado parcialmente por un canal y mezcla geográfica

desfavorables. En 4T20, nuestros volúmenes crecieron 10.6% y los ingresos totales crecieron 19.4%. Los ingresos por hectolitros crecieron 7.9%, principalmente resultado de las iniciativas de gestión de ingresos tanto para nuestro negocio de cerveza como el no relacionado con cerveza.

Además, en 4T20, Ambev, nuestra subsidiaria, concluyó el cálculo de sus créditos fiscales en una resolución judicial en relación con la exclusión del Impuesto al Valor Agregado (ICMS) de la base gravable de la aportación social sobre ingresos brutos (PIS y COFINS). La resolución se refiere al periodo entre noviembre de 2009 y abril de 2015. Como resultado de esta resolución judicial y otros ajustes a créditos fiscales, Ambev reconoció un ingreso de 481 millones de USD en Otros ingresos de operación para el año que cerró el 31 de diciembre de 2020. El impacto se presenta como un cambio de alcance. Para conocer detalles adicionales del impacto a las utilidades subyacentes que se atribuyen a los tenedores de capital AB InBev y EPS subyacente, consulte la página 2.

En AF20, el EBITDA disminuyó 6.2%, con una contracción de margen de 521 BPS, afectado por vientos turbulentos de divisa de operación y una mezcla de empaque adversa, con un incremento anual de empaque de una vía, específicamente latas. El EBITDA del 4T20 creció 12.8% con un margen de comprensión de de 388 BPS. Nuestros márgenes absolutos de EBITDA de 41.9% en AF20 y 63.7% en 4T20 se vieron afectados en forma positiva por los créditos fiscales.

Europa

Las ganancias de participación de mercado en la mayoría de los mercados, aunque el desempeño se vio afectado por las restricciones relacionadas con COVID-19

Nuestros ingresos y volumen en Europa decayeron cifras altas de un sólo dígito durante AF20. Los ingresos por hectolitros descendieron cifras bajas de un sólo dígito, afectados en forma adversa por la mezcla de canales por el cierre generalizado del canal local durante los segundo y cuarto trimestres, parcialmente compensados por el excelente desempeño continuo de nuestras marcas principales e iniciativas de gestión de ingresos. Calculamos haber ganado una participación de mercado sobre una base de año completo en la mayoría de nuestros mercados clave, logrando sólidas ganancias especialmente en Francia, Alemania y los Países Bajos.

En 4T20, nuestro desempeño se vio afectado en forma importante por cierres en instalaciones y restricciones de movilidad, que dieron como resultado una caída en los ingresos a cifras entre quince y diecinueve puntos e ingresos planos por hectolitros. Continuamos haciendo crecer volúmenes en el canal fuera de instalaciones, impulsado por la fortaleza de nuestra cartera de marca global, particularmente Budweiser, que creció cifras altas de un sólo dígito con un especial sólido desempeño en el Reino Unido y los Países Bajos.

El EBITDA cayó cifras de dos dígitos tanto en el año y el trimestre como resultado del desapalancamiento de operación y mezcla de canal bajo la luz de los cierres en instalaciones, dado que el canal en instalaciones conlleva márgenes de EBITDA más altos en la Europa continental.

Sudáfrica

Múltiples prohibiciones de alcohol afectaron el desempeño, aunque la demanda subyacente del consumidor continúa sólida

Nuestro negocio en Sudáfrica se vio afectado en forma importante por tres prohibiciones directas ordenadas por el gobierno a la venta de alcohol durante el curso de 2020, que dieron como resultado descensos de dos cifras en volumen, ingresos y EBITDA, y una importante contracción del margen EBITDA. Fuera de estas prohibiciones, observamos sólida demanda subyacente del consumidor respecto nuestra cartera durante todo el año, que dio como resultado ganancias estimadas de participación de mercado tanto en cerveza como en alcohol total. En 4T20, producimos crecimiento de un sólo dígito en los ingresos y en gastos, con una expansión de margen de EBITDA. Los volúmenes descendieron ligeramente en el trimestre, resultado de la interposición del gobierno de una tercera prohibición de alcohol el 29 de diciembre de 2020, afectando una semana de ventas clave de cerveza.

Los ingresos por hectolitros crecieron cifras bajas de un sólo dígito tanto en AF20 como en 4T20, principalmente resultado de iniciativas de gestión de ingresos. Lo anterior fue parcialmente compensado por mezcla de marca conforme los consumidores migraron a marcas más económicas y contenedores retornables a granel, beneficiando particularmente nuestras marcas esenciales, tales como Carling Black Label. Nuestras bebidas alcohólicas saborizadas, Brutal Fruit y Flying Fish, se desempeñaron mejor que el promedio este año, reforzando las ventajas de una cartera de marcas diversas para cumplir las necesidades de los consumidores en todos los estilos y puntos de precio.

La tercera prohibición al alcohol interpuesta el 29 de diciembre de 2020 fue levantada el 1° de febrero de 2021 y reiniciamos nuestras operaciones el 2 de febrero de 2021. La tercera prohibición al alcohol afectará en forma importante nuestro desempeño del 1T21. Nuestra principal prioridad continúa siendo la seguridad y bienestar de nuestra gente y nuestras comunidades y continuaremos colaborando con el gobierno en medidas significativas, dentro del marco legal para combatir la pandemia (tales como toques de queda, restricciones a capacidad y límites de horas de comercio). Sin embargo, creemos que las prohibiciones totales a las ventas de alcohol dañan en forma importante la economía de Sudáfrica, poniendo en riesgo más de un millón de vidas en toda la cadena de valor de la industria del alcohol, invitando al intercambio ilícito de alcohol, que tiene devastadoras consecuencias desde una perspectiva tanto de salud como económica.

China

Éxito continuo de nuestra estrategia de premiumización reforzada por el liderazgo en el creciente canal de comercio electrónico

En AF20, los volúmenes cayeron 10.0% con ingresos por hectolitros a la baja en 1.1%, dando como resultado un descenso total de ingresos de 11.0%. En 4T20, los ingresos crecieron 1.1% con un crecimiento de volumen de 0.9%, entregado dentro del contexto de inventarios de canal inferiores resultado del retraso del nuevo año chino en 2021. Los ingresos por hectolitros crecieron ligeramente en 4T20, ya que la mezcla de marcas favorable por la continua premiumización fue compensada por el aumento de descuentos por hectolitros al mayoreo como resultado de una reducción de inventario de canal.

No obstante, perdimos una importante participación de mercado entre febrero y abril de 2020 por el impacto de COVID-19 al canal en instalaciones, nos recuperamos con rapidez a través de nuestras medidas comerciales y asignación de recursos efectivas. En forma consistente ganamos participación de mercado en cada trimestre subsiguiente, particularmente en 4T20 con una ganancia estimada de participación de mercado de 140 BPS. Como resultado, reducimos la pérdida de participación de mercado de AF20 a un estimado de 55 BPS. La premiumización continúa siendo un impulsor clave del crecimiento y nuestra cartera premium y súper premium crecieron cifras medias de un sólo dígito en 4T20, con Budweiser a la cabeza. Calculamos que continuaremos a la cabeza de la categoría de cerveza

en el canal de comercio electrónico con una participación de mercado dos veces superior a la de la siguiente cervecera y estamos apalancando este canal de crecimiento para lanzar nuestros productos de innovación.

En AF20, el EBITDA decayó 20.6% con un margen de EBITDA de 33.4%. En 4T20, el EBITDA descendió 5.7% conforme cerramos el círculo de un problemático comparable en otro ingreso de operación.

Principales puntos de nuestros otros mercados

Nuestro negocio en **Canadá** creció volúmenes a cifras najas de un sólo dígito en AF20, por encima del promedio de la industria, por la constante ejecución de nuestra estrategia comercial. Lo anterior fue impulsado por el superior desempeño de nuestras marcas esenciales, en donde Corona y Michelob ULTRA están a la cabeza. Corona creció cifras altas de un sólo dígito y Michelob ULTRA fue la marca de cerveza que creció con mayor rapidez por segundo año consecutivo. Nuestra cartera que no incluye cerveza creció más de 25%, impulsada por innovaciones exitosas en la familia de la marca Mike's Hard y la expansión de la categoría de hard seltzer. Los ingresos por hectolitros descendieron cifras bajas de un sólo dígito por las clausuras de instalaciones provocadas por las restricciones de COVID-19, dando como resultado una línea superior plana de año sobre año. En 4T20, los volúmenes descendieron cifras bajas de un sólo dígito y los ingresos descendieron cifras medias de un sólo dígito, ya que la segunda ola de la pandemia de COVID-19 dio como resultado restricciones renovadas.

En **Perú**, los ingresos y el volumen descendieron cifras de dos dígitos por la clausura ordenada por el gobierno en marzo y abril y restricciones de confinamiento en casa en los meses siguientes. Sin embargo, nuestro desempeño mejoró progresivamente conforme se cancelaron las restricciones. Continuamos enfocados en la implementación de nuestro marco de categoría de expansión, entregando ingresos planos en 4T20, impulsados por nuestra sólida recuperación de los últimos dos meses del año con volúmenes de cerveza cerrando por encima de los del año anterior. Nuestras marcas globales terminaron el año con un sólido desempeño, creciendo cifras de dos dígitos. Nuestra innovación de asequibilidad inteligente, Golden, que ofrece a los consumidores una combinación única de maíz y cebada a precios asequibles, continúa entregando buenos resultados. También anunciamos que estamos buscando nuestro maíz para Golden de agricultores locales para continuar apoyando la recuperación económica del país.

En **Ecuador**, los ingresos y el volumen descendieron cifras de dos dígitos durante el año, afectados por la pandemia de COVID-19 y restricciones gubernamentales asociadas. En 4T20, entregamos una mejora secuencial en volumen e ingresos en comparación con el trimestre anterior, aunque continuamos siendo cautos porque las restricciones gubernamentales fueron reimplementadas en todo el país durante los últimos dos meses del año. Continuamos enfocándonos en hacer crecer la categoría de cerveza y estamos viendo éxito en nuestras iniciativas de premiumización. Nuestras marcas globales terminaron el año muy sólidamente dirigidas por la expansión de Corona y Stella Artois, y actualmente mejoramos nuestra cartera de marca principal con el lanzamiento de Beck's. Además, estamos enfocados en llegar a más consumidores de la categoría a través de puntos de precios atractivos con productos de alta calidad tal como nuestra innovación de cultivos locales, Nuestra Siembra, que continúa entregando sólidos resultados.

En **Argentina**, entregamos ligero crecimiento de volumen este año, aunque nos desempeñamos mejor que el promedio de la industria, incluso dentro del contexto de un ambiente de consumo difícil. Esto fue resultado del apalancamiento de nuestra cartera de marcas diversas dirigida por crecimiento a dos cifras de nuestras marcas principales y esenciales, vinculado con una escala sin paralelo, excelencia de operación y la transformación digital de nuestro negocio con iniciativas DTC. Los ingresos por hectolitros y los ingresos crecieron cifras de dos dígitos durante el AF20 dentro del contexto de un ambiente altamente inflacionario, aunque las iniciativas de gestión de ingresos continúan siendo

limitadas por los controles de precios por el gobierno en todas las industrias de alimentos y bebidas. Nuestros volúmenes crecieron cifras bajas de un sólo dígito en 4T20, por la premiumización continua de nuestra cartera liderada por Corona y Andes Origen, y el crecimiento de nuevas innovaciones tales como Quilmes 0.0 y Patagonia Solcitra, una nueva variedad de la Patagonia hecha de lúpulo cítrico.

En **África sin incluir Sudáfrica**, nuestro negocio se vio impactado en forma negativa por la pandemia COVID-19, pero observamos demanda de consumo resiliente en muchos de nuestros mercados conforme empezaron a liberarse las restricciones. Entregamos un saludable crecimiento en volumen en Mozambique y Zambia este año. Los volúmenes de Tanzania y Uganda descendieron, dado que ambos mercados se vieron afectados por un ambiente económico problemático que aún continúa. En Nigeria, entregamos un crecimiento de volumen a cifras bajas de un sólo dígito en AF20 y un crecimiento de volumen a cifras altas de un sólo dígito en 4T20, resultado de inversiones exitosas en el desarrollo de nuestra cartera de marca y mejorando nuestras capacidades de ruta a mercado.

En 4T20, **Corea del Sur** se enfrentó con su brote de COVID-19 más grave y como consecuencia con el nivel de restricciones más estrictas de todos los tiempos que afectaron en forma negativa nuestros ingresos y volúmenes. Calculamos que nuestra participación total de mercado descendió casi 220 BPS en AF20, más de la mitad de lo cual fue resultado de un giro a la mezcla de canal principalmente como resultado la pandemia de COVID-19. En el creciente canal doméstico, hicimos crecer la participación de mercado en AF20 de acuerdo con Nielsen. En el canal local, en tanto calculamos que perdimos una participación de mercado en AF20, la tendencia mejoró a lo largo del año con ganancias de 4T20 impulsado por una sinergia creciente de Cass. Continuamos estando a la cabeza en el espacio Premium y calculamos que nos hemos desempeñado mejor que el promedio de la industria en este segmento.

ESTADO CONSOLIDADO DE RESULTADOS

Figura 3. Estado consolidado de resultados (millones de USD)

	4T19	4T20	Crecimiento orgánico
Ingresos	13 334	12 767	4.5%
Costo de ventas	-5 269	-5 282	-7.9%
Utilidades brutas	8 065	7 485	2.2%
SG&A	-4 149	-4 169	-7.4%

Otros ingresos/(gastos) de operación	213	551	-29.3%
Utilidades normalizadas de operaciones (EBIT normalizado)	4 128	3 867	-4.7%
Rubros no recurrentes después de EBIT	-166	-215	
Ingreso/(costo) financiero neto	-2 309	-422	
Ingreso/(costo) financiero neto no recurrente	-899	132	
Participación en los resultados de asociadas	58	75	
Impuesto sobre la renta pagado	-454	-830	
Utilidades de operaciones continuas	359	2 607	
Resultados de operaciones discontinuas (recurrentes y no recurrentes)	114	-	
Utilidades	474	2 607	
Utilidades atribuibles a participación no mayoritaria	360	342	
Utilidades atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	114	2 266	
EBITDA normalizado	5 343	5 066	-2.4%
Utilidades normalizadas atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	962	2 154	

	AF19	AF20	Crecimiento orgánico
Ingresos	52 329	46 881	-3.7%
Costo de ventas	-20 362	-19 634	-3.1%
Utilidades brutas	31 967	27 247	-8.2%
SG&A	-16 421	-15 368	0.1%
Otros ingresos/(gastos) de operación	875	845	-46.2%
Utilidades normalizadas de operaciones (EBIT normalizado)	16 421	12 723	-18.3%
Rubros no recurrentes después de EBIT	-323	-3 103	
Ingreso/(costo) financiero neto	-4 355	-5 959	
Ingreso/(costo) financiero neto no recurrente	882	-1 738	
Participación en los resultados de asociadas	152	156	
Impuesto sobre la renta pagado	-2 786	-1 932	
Utilidades de operaciones continuas	9 990	147	
Resultados de operaciones discontinuas (recurrentes y no recurrentes)	424	2 055	
Utilidades	10 414	2 202	
Utilidades atribuibles a participación no mayoritaria	1 243	797	
Utilidades atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	9 171	1 405	
EBITDA normalizado	21 078	17 321	-12.9%
Utilidades normalizadas atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	8 086	3 807	

Otros ingresos/(gastos) de operación consolidados en AF20 disminuyeron 46.2% principalmente resultado de otro ingreso de operación inferior en AF20 como resultado de la pandemia COVID-19 y ganancias extraordinarias en AF19 que no se repitieron en AF20. Además, en 4T20, Ambev, nuestra subsidiaria, cerró el cálculo de sus créditos fiscales en una resolución judicial en relación con la exclusión del Impuesto al Valor Agregado (ICMS) de la base gravable de la aportación social sobre ingresos brutos (PIS y COFINS). La resolución se refiere al periodo entre noviembre de 2009 y abril de 2015. Como resultado de esta resolución judicial y otros ajustes al crédito fiscal, Ambev reconoció 481 millones de USD como ingresos en otros ingresos de operación para el año que cerró el 31 de diciembre de 2020. El impacto se presenta como un cambio al alcance.

Rubros no recurrentes después de EBIT

Figura 4. Rubros no recurrentes después de EBIT de operaciones continuas y discontinuas (millones de USD)

	4T19	4T20	AF19	AF20
Afectación de la plusvalía	-	-	-	-2 500
Costos por COVID-19	-	-50	-	-182
Reestructura	-85	-60	-170	-157

Enajenación de negocio y activos (incluyendo pérdidas por afectación)	-19	-84	-50	-239
Costos de adquisición / Combinaciones de negocios	12	-21	-23	-25
Amnistía Brasil	-74	-	-74	-
Costos relacionados con ofertas públicas de participaciones minoritarias en Budweiser APAC	-	-	-6	-
No recurrentes en utilidades proveniente de operaciones	-166	-215	-323	-3 103
Ganancia por enajenación de Australia (en los resultados de operaciones discontinuas)	-	-	-	1 919
Total de rubros no recurrentes en el EBIT	-166	-215	-323	-1 184

EBIT no incluye rubros no recurrentes negativos que ascendieron a 215 millones de USD en 4T20 y 1,184 millones de USD en AF20. Lo anterior incluye rubros no recurrentes negativos que ascendieron a 50 millones de USD en 4T20 y a 182 millones de USD en AF20 relacionados con costos asociados con COVID-19. Estos costos principalmente se relacionan con equipo personal de protección para nuestros colegas y donaciones caritativas.

Además, durante 2T20, reportamos un cargo de afectación a crédito mercantil en especie de 2.5 mil millones de USD, que fue parcialmente compensado por una ganancia de 1.9 mil millones de USD sobre la enajenación de las operaciones de Australia que se registraron en “Resultados de operaciones discontinuadas”.

Ingreso/(costo) financiero neto

Figura 5. Ingreso/(costo) financiero neto (millones de USD)

	4T19	4T20	AF19	AF20
Intereses netos pagados	-940	-950	-3 857	-3 854
Intereses netos sobre pasivos de beneficios definidos netos	-24	-21	-95	-82
Gasto de acumulación	-195	-150	-650	-564
Valor de mercado (mark-to-market)	-774	536	898	-1 211
Intereses ganados netos por créditos fiscales de Brasil	8	341	118	315
Otros resultados financieros	-384	-179	-769	-563
Ingreso/(costo) financiero neto	-2 309	-422	-4 355	-5 959

Los costos financieros netos de AF20 se afectaron en forma negativa por las pérdidas de valor de mercado (mark-to-market) en la cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones. El número de acciones cubierto por la cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones, y la apertura y cierre de precios de acciones, se muestran en la Figura 6 a continuación.

Figura 6. Cobertura de pago con base en acciones

	4T19	4T20	AF19	AF20
Precio por acción al inicio del periodo (Euros)	87.42	46.23	57.70	72.71
Precio por acción al cierre del periodo (Euros)	72.71	57.01	72.71	57.01
Número de instrumentos derivados de capital al cierre del periodo (millones)	54.0	55.0	54.0	55.0

Además, en 4T20, nuestra subsidiaria Ambev, cerró el cálculo de sus créditos fiscales en una resolución judicial en relación con la exclusión del Impuesto al Valor Agregado (ICMS) de la base gravable de la aportación social sobre ingresos brutos (PIS y COFINS). La resolución se refiere al periodo entre noviembre de 2009 y abril de 2015. Como resultado de esta resolución judicial y otros ajustes al crédito fiscal, Ambev reconoció 315 millones de USD de intereses ganados en ingresos financieros para el año que cerró el 31 de diciembre de 2020.

Ingreso/(costo) financiero neto no recurrente

Figura 7. Ingreso/(costo) financiero neto no recurrente (millones de USD)

	4T19	4T20	AF19	AF20
Valor de mercado (mark-to-market) (instrumento de participación diferida de Grupo Modelo)	-385	228	445	-511

Otros valores de mercado (mark-to-market)	-374	222	433	-497
Cargos por terminación anticipada de Pagarés y Otros	-140	-318	4	-730
Ingreso/(costo) financiero neto no recurrente	-899	132	882	-1 738

El costo financiero neto no recurrente en AF20 incluye pérdidas de valor de mercado (mark-to-market) sobre derivados que fueron incluidos en la cobertura de las acciones emitidas en relación con las combinaciones de Grupo Modelo y SAB.

El número de acciones cubierto por la cobertura del instrumento de acciones diferidas y las acciones restringidas se muestra en la Figura 8, junto con los precios de acciones de apertura y clausura.

Figura 8. Instrumentos derivados de capital no recurrente

	4T19	4T20	AF19	AF20
Precio por acción al inicio del periodo (Euros)	87.42	46.23	57.70	72.71
Precio por acción al cierre del periodo (Euros)	72.71	57.01	72.71	57.01
Número de instrumentos derivados de capital al cierre del periodo (millones)	45.5	45.5	45.5	45.5

Impuesto sobre la renta pagado

Figura 9. Impuesto sobre la renta pagado (millones de USD)

	4T19	4T20	AF19	AF20
Impuesto sobre la renta pagado	454	830	2 786	1 932
Tasa de impuestos efectiva	59.6%	24.7%	22.1%	100.4%
Tasa de impuesto efectiva normalizada	24.5%	24.8%	23.0%	30.9%
Tasa de impuesto efectiva normalizada antes de MTM	17.2%	29.4%	24.9%	26.2%

El crecimiento de nuestra ETR normalizada de AF20 sin incluir ganancias y pérdidas de valor de mercado (mark-to-market) vinculado con la cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones principalmente resultado de la mezcla de país. El crecimiento en nuestra ETR normalizada de 4T20 sin incluir ganancias y pérdidas de valor de mercado (mark-to-market) vinculado con la cobertura de nuestros programas de pago con base en acciones está impulsado principalmente por los reducidos beneficios de intereses en el capital contable de Brasil y las provisiones para reclamaciones fiscales.

Utilidades, utilidades normalizadas y utilidades subyacentes

Figura 10. Utilidades normalizadas atribuibles a tenedores de capital de AB InBev (millones de USD)

	4T19	4T20	AF19	AF20
Utilidades atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	114	2 266	9 171	1 405
Rubros no recurrentes, antes de impuestos	166	215	323	3 103
(Ingreso)/costo financiero no recurrente, antes de impuestos	899	-132	-882	1 738
Impuestos no recurrentes	8	-25	6	-155
Participación no mayoritaria no recurrente	-111	-170	-108	-228
Utilidades de operaciones discontinuas (recurrentes y no recurrentes)	-114	-	-424	-2 055
Utilidades normalizadas atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	962	2 154	8 086	3 807
Utilidades subyacentes atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	1 729	1 616	7 196	5 022

EPS básica, normalizada y subyacente

Figura 11. Ganancias por acción (USD)

	4T19	4T20	AF19	AF20
Ganancias básicas por acción	0.06	1.13	4.62	0.70
Rubros no recurrentes, antes de impuestos	0.08	0.11	0.16	1.55
(Ingreso)/costo financiero no recurrente, antes de impuestos	0.45	-0.07	-0.44	0.87

Impuestos no recurrentes	-	-0.01	-	-0.08
Participación no mayoritaria no recurrente	-0.05	-0.09	-0.05	-0.11
Utilidades de operaciones discontinuas (recurrentes y no recurrentes)	-0.06	-	-0.21	-1.03
Ganancias normalizadas por acción	0.48	1.08	4.08	1.91
Ganancias subyacentes por acción	0.87	0.81	3.63	2.51

Figura 12. Componentes clave – Ganancias normalizadas por acción en USD

	4T19	4T20	AF19	AF20
EBIT normalizado antes de la hiperinflación	2.08	1.95	8.34	6.41
Impactos de la hiperinflación en las EBIT normalizado	-	-0.01	-0.06	-0.04
EBIT normalizado	2.08	1.94	8.28	6.37
Valor de mercado (mark-to-market) (programas de pago con base en acciones)	-0.39	0.27	0.45	-0.61
Costo financiero neto	-0.77	-0.48	-2.65	-2.38
Impuesto sobre la renta pagado	-0.22	-0.43	-1.40	-1.04
Participaciones en asociadas y no mayoritarias	-0.22	-0.22	-0.60	-0.43
EPS normalizadas	0.48	1.08	4.08	1.91
Valor de mercado (mark-to-market) (programas de pago con base en acciones)	0.39	-0.27	-0.45	0.61
Impactos de la hiperinflación en la EPS	-	-	-	-
EPS subyacente	0.87	0.81	3.63	2.51

La utilidad subyacente atribuible a los tenedores de capital y EPS subyacente se vieron afectados en forma positiva por 325 millones de USD después de impuestos y una participación no mayoritaria en relación con los créditos fiscales de Ambev.

Adopción de la contabilidad de hiperinflación en Argentina

Estamos dando a conocer los resultados de la contabilidad de hiperinflación que aplica a Argentina, a partir de la publicación de los resultados de 3T18 en los que dimos cuenta del impacto de la hiperinflación para los primeros nueve meses de 2018.

El impacto de la hiperinflación en 4T19 y 4T20, así como AF19 y AF20, en nuestros Ingresos y EBITDA normalizado son como siguen:

Figura 13. Impacto de la hiperinflación

Ingresos	4T19	4T20	AF19	AF20
Indexación ⁽¹⁾	112	76	211	146
Divisa ⁽²⁾	-43	-91	-284	-227
Impacto total	69	-14	-73	-80
EBITDA normalizado	4T19	4T20	AF19	AF20
Indexación ⁽¹⁾	47	20	89	43
Divisa ⁽²⁾	-20	-52	-131	-87
Impacto total	27	-32	-43	-45
Tasa promedio de USDARS			47.1963	69.7934
Tasa al cierre de USDARS			59.8907	84.1468

(1) Indexación calculada a tasa de cierre

(2) Impacto a la divisa por hiperinflación calculado como la diferencia entre la conversión de los montos reportados en pesos argentinos (ARS) al tipo de cambio al cierre en comparación con el tipo de cambio promedio de cada período

Las reglas NIIF (IAS 29) nos exigen que reexpresemos los resultados del año a la fecha para el cambio en el poder adquisitivo general de la divisa local, utilizando índices oficiales antes de convertir las cifras locales a la tasa de cierre del período (es decir, los resultados de AF20 y de AF19 a la tasa de cierre del 31 de diciembre de 2020 y 2019, respectivamente).

Los resultados del 4T se calculan deduciendo de los resultados del AF los resultados de 9M tal y como fueron publicados. Como consecuencia, los resultados de 4T20 de Sudamérica se ven afectados por la reexpresión de los resultados de 9M como sigue:

9M de Sudamérica tal y como fueron reportados (1)	9M19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	9M20
Ingresos	6 824	4	-1 443	165	5 550
Costo de ventas	-2 843	-1	699	-545	-2 691
Utilidades brutas	3 981	3	-744	-381	2 860
SG&A	-2 065	-5	463	-151	-1 758
Otros ingresos/(gastos) de operación	138	-	-24	-28	86
EBIT normalizado	2 054	-2	-305	-560	1 188
EBITDA normalizado	2 765	-2	-459	-528	1 778

9M de Sudamérica reexpresada a tasas del AF (2)	9M19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	9M20
Ingresos	6 851	4	-1 505	201	5 551
Costo de ventas	-2 849	-1	727	-564	-2 688
Utilidades brutas	4 003	3	-778	-364	2 864
SG&A	-2 072	-5	481	-161	-1 757
Otros ingresos/(gastos) de operación	134	-	-21	-32	81
EBIT normalizado	2 065	-2	-318	-558	1 188
EBITDA normalizado	2 775	-2	-477	-525	1 773

Impacto de la reexpresión de 9M sobre los resultados del 4T (3)	9M19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	9M20
Ingresos	27	-	-62	36	1
Costo de ventas	-6	-	28	-19	3
Utilidades brutas	22	-	-34	17	4
SG&A	-7	-	18	-10	1
Otros ingresos/(gastos) de operación	-4	-	3	-4	-5
EBIT normalizado	11	-	-13	2	-
EBITDA normalizado	10	-	-18	3	-5

- (1) Los resultados de 9M de Sudamérica con los resultados de Argentina que fueron reportados en pesos argentinos (ARS) reexpresados para las cifras del año a la fecha del poder adquisitivo de septiembre convertidos a los tipos de cambio al cierre de 9M de 57.5593 para 9M19 y los resultados de 76.1720 para 9M20 (tal y como fueron reportados el 31 de octubre de 2020).
- (2) Los resultados de 9M de Sudamérica con los resultados de Argentina que fueron reportados en pesos argentinos (ARS) reexpresados del año a la fecha al poder adquisitivo de diciembre, convertidos a los tipos de cambio al cierre de diciembre de 59.8907 para los resultados del AF19 y de 84.1435 para los resultados de AF20.
- (3) Impacto por reexpresar los resultados de 9M de acuerdo con la hiperinflación en los resultados del 4T se calcula como la diferencia entre (2) y (1) anteriores.

La reexpresión de los resultados de 9M al poder adquisitivo de diciembre y al tipo de cambio al cierre del AF tuvieron un impacto positivo que representó 36 millones de USD en ingresos y 3 millones de USD en EBITDA normalizado en el crecimiento orgánico reportado del AF20 y en los resultados reportados del 4T20. Para los reportes de desempeño del 4T20, estos impactos quedan excluidos de los cálculos orgánicos y se identifican por separado en los anexos del 4T20 dentro de la columna etiquetada "Reexpresión de 9M bajo hiperinflación". Los porcentajes de crecimiento orgánico del 4T20 se calculan considerando el "Crecimiento orgánico" reportado en los anexos sobre el 4T19 ajustado para la reexpresión de 9M19.

Además, la NIC 29 nos exige que reexpresemos los activos y pasivos no monetarios expresados a costo histórico en el balance general de nuestras operaciones en economías hiperinflacionarias utilizando índices inflacionarios y reportando la hiperinflación resultante a través del estado de resultados en una cuenta dedicada para ajustes

monetarios por hiperinflación en la línea de finanzas y reportar impuestos diferidos sobre dichos ajustes, cuando aplique.

En el AF20, reportamos un ajuste monetario de 76 millones de USD en la línea de finanzas y un impacto negativo sobre las utilidades atribuibles a los tenedores de capital de AB InBev que asciende a 10 millones de USD. Lo anterior no tuvo impacto alguno sobre la EPS normalizada en 4T20 ni en el AF20.

Conciliación entre las utilidades atribuibles a tenedores de capital y EBITDA normalizado

Figura 14. Conciliación de EBITDA normalizado sobre las utilidades atribuibles a tenedores de capital de AB InBev (millones de USD)

	4T19	4T20	AF19	AF20
Utilidades atribuibles a tenedores de capital de AB InBev	114	2 266	9 171	1 405
Participación no mayoritaria	360	342	1 243	797
Utilidades	474	2 607	10 414	2 202
Resultados de las operaciones discontinuadas (recurrentes y no recurrentes)	-114	-	-424	-2 055
Utilidades de operaciones continuas	359	2 607	9 990	147
Impuesto sobre la renta pagado	454	830	2 786	1 932
Participación en los resultados de asociadas	-58	-75	-152	-156
(Ingreso)/costo financiero neto	2 309	422	4 355	5 959
(Ingreso)/costo financiero neto no recurrente	899	-132	-882	1 738
Rubros no recurrentes después de EBIT (incl. afectación no recurrente)	166	215	323	3 103
EBIT normalizado	4 128	3 867	16 421	12 723
Depreciación, amortización y afectación	1 215	1 199	4 657	4 598
EBITDA normalizado	5 343	5 066	21 078	17 321

El EBITDA y EBIT normalizados son medidas utilizadas por AB InBev para demostrar el desempeño subyacente de la compañía.

El EBITDA normalizado se calcula sin incluir los siguientes efectos de las utilidades atribuibles a los tenedores de capital de AB InBev: (i) participaciones no mayoritarias; (ii) resultados de operaciones discontinuas; (iii) impuesto sobre la renta pagado; (iv) participaciones en los resultados de asociadas; (v) costos financieros netos; (vi) costos financieros netos no recurrentes; (vii) rubros no recurrentes después de EBIT (incluyendo afectación no recurrente); y (viii) depreciación, amortización y afectación.

El EBITDA y EBIT normalizados no son medidas de contabilidad de acuerdo con la contabilidad de NIIF y no deben considerarse como una opción a las utilidades atribuibles a tenedores de capital como medida de desempeño operacional ni alternativa al flujo de efectivo como medida de liquidez. El EBITDA y EBIT normalizados no tienen un método de cálculo ordinario y la definición de AB InBev de EBITDA y EBIT normalizado podría no ser comparable con la de otras compañías.

Posición financiera

Figure 15. Estado de flujos de efectivo (millones de USD)

	AF19	AF20
Actividades de operación		
Utilidades de operaciones continuas	9 990	147
Intereses, impuestos y rubros en especie incluidos en las utilidades	11 029	17 024
Flujo de efectivo de actividades de operación antes de los cambios en el capital de trabajo y uso de provisiones	21 019	17 171
Cambio en capital de trabajo	-5	592
Aportaciones a pensiones y uso de provisiones	-715	-616
Intereses e impuestos (pagados)/recibidos	-7 063	-6 391
Dividendos recibidos	160	51
Flujo de efectivo de actividades de operación sobre las operaciones descontinuadas de Australia	640	84
Flujo de efectivo de actividades de operación	14 036	10 891
Actividades de inversión		
Capex neto	-4 854	-3 687
Adquisición y venta de subsidiarias, neta de efectivo adquirido/enajenado	-252	-510
Productos netos de la venta/(adquisición) de otros activos	33	-292
Productos de la desinversión de Australia	219	10 838
Flujo de efectivo de actividades de inversión sobre las operaciones descontinuadas de Australia	-77	-13
Flujo de efectivo de actividades de inversión	-4 931	6 336
Actividades financieras		
Dividendos pagados	-5 015	-1 800
(Pagos sobre)/productos netos de los empréstitos	-8 008	-8 294
Pago de pasivos de arrendamiento	-441	-461
Productos de oferta pública de participación minoritaria en Budweiser APAC	5 575	-
Venta/(compra) de participaciones no mayoritarias y otras	-842	2 086
Flujo de efectivo de actividades financieras sobre las operaciones descontinuadas de Australia	-24	-6
Flujo de efectivo de actividades financieras	-8 755	-8 475
Incremento/(disminución) neta en efectivo y equivalentes de efectivo	350	8 752

AF20 registró un incremento en efectivo y equivalentes de efectivo de 8,752 millones de USD en comparación con un incremento de 350 millones de USD en AF19, con los siguientes movimientos:

- Nuestro flujo de efectivo de actividades de operación alcanzó 10,891 millones de USD en AF20 en comparación con 14,036 millones de USD en AF19. La disminución fue principalmente resultado del impacto negativo de la pandemia de COVID-19 sobre nuestros resultados.
- El influjo neto de efectivo de actividades de inversión ascendió a 6,336 millones de USD en AF20 en comparación con un flujo saliente de efectivo de 4,931 millones de USD en AF19. El crecimiento en el flujo de efectivo de actividades de inversión fue resultado principalmente de productos que ascendieron a 10,838 millones de USD por la desinversión del negocio de Australia. Nuestro gasto neto de capital ascendió a 3.7 mil millones de USD en 2020 y 4.9 mil millones de USD en 2019. De los gastos totales de capital de 2020, aproximadamente 41% se utilizaron para mejorar las instalaciones de producción de la empresa y 44% se utilizaron para inversiones en logística y comercial y 15% se utilizó para mejorar las capacidades administrativas y para la compra de hardware y software.
- Nuestro efectivo saliente de actividades financieras ascendió a 8,475 millones de USD en AF20, en comparación con el flujo de efectivo saliente de 8,755 millones de USD en AF19.

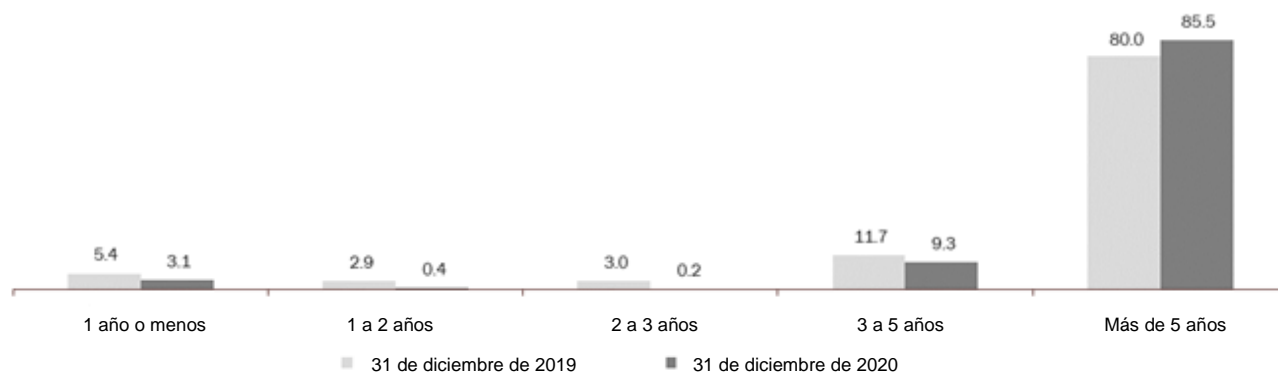
Nuestra deuda neta disminuyó a 82.7 mil millones de USD al 31 de diciembre de 2020 de los 95.5 mil millones de USD al 31 de diciembre de 2019.

Nuestra razón de deuda neta sobre EBITDA normalizado fue 4.8x para el periodo de 12 meses que cerró el 31 de diciembre de 2020. Nuestra estructura óptima de capital es una razón de deuda neta sobre EBITDA normalizado de casi 2x. El desapalancamiento a este nivel continúa siendo nuestro compromiso y priorizaremos la restitución de pago de deudas para cumplir con este objetivo.

Continuaremos gestionando en forma proactiva nuestra cartera de deudas. Después de amortizaciones en enero de 2021, 96% de nuestra cartera de pagarés tiene una tasa fija de intereses, 44% está denominada en divisas diferentes a USD y los vencimientos están bien distribuidos durante los siguientes varios años.

Además a un perfil de vencimiento de deuda muy cómodo y una sólida generación de flujo de efectivo, al 31 de diciembre de 2020 teníamos una liquidez total de 24.3 mil millones de USD, que estaba compuesto por 9 mil millones de USD disponibles de conformidad con líneas de crédito a largo plazo comprometidas y 15.3 mil millones de USD de efectivo, equivalentes de efectivo e inversiones de corto plazo en valores de deuda menos sobregiros bancarios. Aunque podríamos solicitar en préstamo dichos montos para cumplir con nuestras necesidades de liquidez, nos apoyamos principalmente en flujos de efectivo de actividades de operación para financiar nuestras operaciones continuas. El 18 de febrero de 2021, anunciamos la firma exitosa de una nueva Línea de Crédito Revolvente de Préstamo Vinculada Sostenible (*Sustainable-Linked Loan Revolving Credit Facility* - "SLL RCF") de 10.1 mil millones de USD con una vigencia inicial de cinco años, sustituyendo las arriba mencionadas líneas de crédito a largo plazo comprometidas por 9 mil millones de USD.

Figura 16. Términos y calendario de restitución de pago de deudas al 31 de diciembre de 2020 (miles de millones de USD)



Dividendos propuestos del año completo 2020

El Consejo de Administración de AB InBev propone dividendos de un año completo de 2020 de 0.50 EUROS por acción, sujetos a la aprobación de la asamblea de accionistas en la Asamblea Anual de Accionistas que se celebrará el 28 de abril de 2021. Una línea de tiempo que muestra las fechas ex cupón, las fechas de registro y las fechas de pago se encuentra a continuación:

Línea de tiempo de dividendos			
	Fecha de ex cupón	Fecha de registro	Fecha de pago
Euronext	4 de mayo de 2021	5 de mayo de 2021	6 de mayo de 2021
MEXBOL	4 de mayo de 2021	5 de mayo de 2021	6 de mayo de 2021
JSE	5 de mayo de 2021	7 de mayo de 2021	10 de mayo de 2021
NYSE (programa ADR)	4 de mayo de 2021	5 de mayo de 2021	3 de junio de 2021
Acciones restringidas	4 de mayo de 2021	5 de mayo de 2021	6 de mayo de 2021

EVENTOS RECIENTES

Amortizaciones de Pagarés

El 27 de enero de 2021 y el 28 de enero de 2021, AB InBev y su subsidiaria completamente controlada Anheuser-Busch InBev Worldwide Inc. (“ABIWW”, y junto con AB InBev, las “Emisoras”) ejercieron sus respectivas opciones a amortizar los montos de suerte principal pendientes indicados en la siguiente tabla de las siguientes series de pagarés:

Emisora	Monto total del principal pendiente de pago	Monto total del principal a ser amortizado	Título de las series de pagarés	ISIN	Fecha de amortización
AB InBev	2,147,217,000 EUROS	2,147,217,000 EUROS	Pagarés al 1.500% con vencimiento en 2025 (los “Pagarés de AB InBev”)	BE6285454482	28 de enero de 2021
ABIWW	650,000,000 AUD	650,000,000 AUD	Pagarés al 3.750% con vencimiento en 2024 (los “Pagarés de ABIWW”, junto con los Pagarés de AB InBev, los “Pagarés”)	AU3CB0246668	27 de enero de 2021

Anuncio de una Línea de Crédito Revolvente Vinculada Sostenible por 10.1 mil millones de USD

El 18 de febrero de 2021, AB InBev anunció la firma exitosa de una nueva Línea de Crédito Revolvente de Préstamo Vinculada Sostenible (“SLL RCF”) de 10.1 mil millones de USD, que reemplaza su Línea de Crédito Revolvente existente por 9 mil millones de USD. La línea de crédito tiene una vigencia inicial de cinco años e incorpora un mecanismo de cálculo de precios que incentiva mejoras en las siguientes cuatro áreas de desempeño clave, que están en línea y contribuyen a los Objetivos de Sostenibilidad de 2025 de la empresa:

- Mejorar la eficiencia de uso de agua en nuestras cerveceras del mundo, apoyando al Objetivo sobre Administración del Agua de Water Stewardship;
- Incrementar el contenido de PET reciclado en el empaque primario PET, contribuyendo al Objetivo de Empaque Circular;
- Obtener electricidad adquirida de fuentes renovables tal y como señala el compromiso RE100; y

- Reducir emisiones GHG como parte del Objetivo de Acción Climática con base en la ciencia.

La nueva instalación es suministrada por un consorcio de 26 instituciones financieras globales líderes, en las que ING y Santander actuarán como Coordinadores de Sostenibilidad Conjuntos.

Cambios en etiquetas de medidas alternativas de desempeño (*alternative performance measurements - APMs*)

Después de un informe sobre el uso de Medidas Alternativas de Desempeño por parte de emisores de la Unión Europea (UE) (es decir, medidas no NIIF o APMs), emitido por la Autoridad Europea de Valores y Mercados (AEVM) en diciembre de 2019, la empresa modificará, en divulgaciones futuras, los calificativos a rubros “no recurrentes” como “no subyacentes”. El cambio surtirá sus efectos con los resultados de los anuncios del primer trimestre de 2021.

FACTORES DE RIESGO POR COVID-19

Los siguientes factores de riesgo se incluyen para complementar los factores de riesgo divulgados con anterioridad en informes periódicos, incluyendo nuestro Informe Anual de 2019 en el Formato 20-F ("Formato 20-F") presentado ante la Comisión de Bolsa de Valores de EE.UU. (US Securities and Exchange Commission - SEC) el 24 de marzo de 2020.

Nuestro negocio, posición financiera, flujos de efectivo y resultados de operación han sido y podrían continuar verse afectados en forma negativa por la pandemia de COVID-19. La crisis de salud pública provocada por la pandemia de COVID-19, así como las medidas adoptadas como respuesta para contener o mitigar la pandemia han tenido, y esperamos que continúen teniendo, cierto efecto negativo sobre nuestros negocios incluyendo, entre otros, lo siguiente:

- Hemos sufrido interrupciones en nuestra capacidad para operar nuestras instalaciones de producción en algunos países, y en el futuro podríamos vivir más interrupciones en nuestra capacidad para operar nuestras instalaciones de producción u operaciones de distribución como resultado de restricciones regulatorias, protocolos de seguridad, requerimientos de distanciamiento social y medidas sanitarias más estrictas. Además, aunque en este momento no hemos vivido ninguna interrupción importante en nuestra cadena de suministro, podríamos sufrir retrasos en las entregas de suministros clave o interrupciones en nuestras operaciones de distribución. Cualquier interrupción sufrida en nuestras operaciones o en las operaciones de nuestros socios de negocios, en nuestra red de distribución o cadena de suministro o cualquier faltante continuo de materia prima u otros suministros pudiesen afectar nuestra capacidad de producir, fabricar, distribuir o vender nuestros productos o podrían resultar en un aumento en nuestros costos de producción y distribución.
- Las ventas de nuestros productos en el canal local se han visto afectadas en forma importante con la implementación de medidas de distanciamiento social y cierre en la mayoría de nuestros mercados, incluyendo la clausura de bares, clubes y restaurantes y restricciones en eventos deportivos, festivales musicales y similares. Aunque las ventas en el canal local han empezado a mejorar como resultado de la liberación de medidas de distanciamiento social y cierre en muchos de estos mercados, dichas mejoras podrían verse afectadas por la implementación de restricciones en ciertos mercados. Cualquier brote futuro o reaparición de casos de COVID-19 en otros mercados que actualmente están en proceso de liberar las medidas de distanciamiento social y cierre podrían de la misma forma dar como resultado la reimplementación de dichas medidas y otro impacto negativo para nuestras ventas. Además, si la pandemia de COVID-19 se intensifica y se expande geográficamente o incrementa su duración, su efecto negativo en nuestras ventas pudiesen prolongarse aún más y podrían ser más severas. En tanto hemos vivido un aumento en ventas en el canal fuera del local en ciertos mercados desde el brote, esos mayores volúmenes podrían no continuar a largo plazo y podrían no compensar la presión que hemos vivido en el canal local.
- El consumo de cerveza y de bebidas no relacionadas con cerveza tanto alcohólicas como no, en muchas de las jurisdicciones en las que tenemos operaciones está vinculado en forma estrecha con las condiciones económicas en general, con niveles de consumo tendiendo a incrementar durante periodos en el que aumenta el ingreso per cápita y cayendo durante periodos en que cae el ingreso per cápita. Las condiciones económicas y políticas en deterioro en muchos de nuestros mercados importantes afectados por la pandemia de COVID-19, tales como mayor desempleo, disminución de ingreso disponible, caída de confianza del consumidor o estancamientos o recesiones económicas pudiesen provocar otra disminución en la demanda de nuestros productos. Además, incluso conforme se levanten las restricciones gubernamentales y las economías en forma gradual vuelven a reabrirse muchos de nuestros mercados principales, los impactos económicos continuos y las inquietudes respecto a la salud asociadas con la pandemia de COVID-19 podrían continuar afectando el comportamiento de los consumidores, los niveles de gasto y las preferencias de consumo.
- El impacto de la pandemia de COVID-19 en las condiciones económicas mundiales han afectado y podría continuar afectando el adecuado funcionamiento de los mercados financieros y de capital, así como los tipos de cambio de divisa extranjera, los precios de bienes básicos y de energía y las tasas de interés. Una continuación o empeoramiento en los niveles de interrupción de mercado y volatilidad que se vieron en el pasado pudiesen tener un efecto adverso sobre nuestra capacidad para tener acceso o en los costos de capital o empréstitos, nuestro negocio, nuestra liquidez, nuestra razón de deuda sobre el EBITDA, calificaciones de crédito, resultados de operaciones y posiciones financieras.
- El cumplimiento con las medidas gubernamentales impuestas como respuesta a la pandemia COVID-19 ha provocado y podría continuar provocando que incurramos en costos adicionales y cualquier incapacidad a dar cumplimiento a dichas medidas podría someternos a restricciones en nuestras actividades de negocios, a multas y otras sanciones, todo lo cual pudiese afectar en forma adversa nuestro negocio. Además, las respuestas a la pandemia de COVID-19 podrían dar como resultado cambios tanto a corto como a largo plazo a las políticas tanto fiscal como de impuestos en las jurisdicciones afectadas, incluyendo aumento a las tasas fiscales.

Cualquiera de los impactos negativos por la pandemia de COVID-19, incluyendo aquéllos que se describen anteriormente, individualmente o junto con otros, pudiesen tener un efecto adverso importante sobre nuestros resultados de operaciones, posición financiera y flujos de efectivo. El alcance respecto a la afectación negativa que pudiera tener la pandemia de COVID-19 en nuestro negocio, posición financiera, flujos de efectivo y resultados de operación dependerá en desarrollos futuros que son altamente inciertos y que no se pueden predecir, incluyendo en lo anterior el alcance y la duración de la pandemia, así como las medidas que adopten las autoridades gubernamentales y terceros como respuesta a la misma.

NOTAS

Para facilitar la comprensión del desempeño subyacente de AB InBev, el análisis de crecimiento, incluyendo todos los comentarios en este comunicado de prensa, excepto cuando se indique de otra forma, se basan en crecimiento orgánico y en cifras normalizadas. En otras palabras, las cifras financieras son analizadas eliminando el impacto de los cambios de divisa o conversión de las operaciones en el extranjero y los cambios al alcance. Los cambios al alcance representan el impacto de adquisiciones y enajenaciones, el inicio o terminación de actividades o la transferencia de actividades entre segmentos, corte de ganancias y pérdidas y cambios año sobre año en los estimados de contabilidad y otros supuestos que la administración no considera como parte del desempeño subyacente del negocio. AB InBev ha reexpresado sus resultados en 2019 después del anuncio del acuerdo de desinvertir en Carlton & United Breweries (“las operaciones australianas”), su subsidiaria australiana, a Asahi Group Holdings, Ltd. AB InBev está presentando las operaciones australianas antes de su enajenación el 1 de junio de 2020 como operaciones descontinuas en una línea por separado del estado de resultados consolidado “utilidades de operaciones descontinuas” en línea con las reglas de la NIIF. Como resultado, todas las presentaciones del desempeño subyacente de AB InBev y las cifras de crecimiento orgánico no reflejan los resultados de las operaciones de Australia. Todas las referencias por hectolitro (por hl) no incluyen actividades relativas con bebidas no relacionadas con cerveza de EE.UU. Las referencias a la Empresa de Primera hacen referencia a una unidad de negocios compuesta por una cartera de marcas globales de especialidad y manuales de más de 30 países. Siempre que se presenten en este documento, todas las medidas de desempeño (EBITDA, EBIT, utilidades, tasa de impuestos, EPS) se presentan sobre una base “normalizada”, lo que significa que se presentan antes los rubros no recurrentes y operaciones descontinuas. Los rubros no recurrentes son ingreso o gasto que no ocurre con regularidad como parte de las actividades cotidianas de la Sociedad. Se presentan por separado porque son importantes para comprender el desempeño sostenible subyacente de la Sociedad por su tamaño o naturaleza. Las medidas normalizadas son medidas adicionales que utiliza la administración y no deben reemplazar las medidas determinadas de conformidad con NIIF como indicador del desempeño de la Sociedad. Los valores en las cifras y los anexos podrían no coincidir por el redondeo. El EPS de los 4T20 y AF20 se basa en un promedio ponderado de 1,998 millones de acciones en comparación con un promedio ponderado de 1,984 millones de acciones para el 4T19 y AF19.

Limitación de Responsabilidad

Esta publicación contiene “declaraciones a futuro”. Estas declaraciones se basan en las expectativas y puntos de vista actuales respecto a eventos y desarrollos futuros de la administración de AB InBev y naturalmente están sujetos a incertidumbre y cambios en las circunstancias. Las declaraciones a futuro que contiene esta publicación incluyen declaraciones que no son hechos históricos y declaraciones que en general contienen palabras que “hará”, “podrá”, “deberá”, “considera”, “pretende”, “espera”, “anticipa”, “determina”, “calcula”, “probablemente”, “prevé” y otras palabras de significado similar. Todas las declaraciones que no sean declaraciones de hechos históricos son declaraciones a futuro. No se deberá apoyar indebidamente en estas declaraciones a futuro, que reflejan los puntos de vista actuales de la administración de AB InBev, y mismas que están sujetas a varios riesgos e incertidumbres respecto a AB InBev y dependen de muchos factores, algunos de los cuales se encuentran fuera del control de AB InBev. Existen factores, riesgos e incertidumbres importantes que pudiesen provocar escenarios y resultados reales diferentes en forma importante, incluyendo, entre otros, los efectos de la pandemia de COVID-19 e incertidumbres respecto a su impacto y duración y los riesgos e incertidumbres relacionados con AB InBev que se describen en el Punto 3.D del Informe Anual de AB InBev en el Formato 20-F presentado ante la SEC el 24 de marzo de 2020. Muchos de estos riesgos e incertidumbres son y serán exacerbados por la pandemia de COVID-19 y cualquier empeoramiento del ambiente económico y de negocios global que resulte de ello. Otros factores desconocidos o impredecibles pudiesen provocar que los resultados reales difieren en forma importante de aquéllos que contienen las declaraciones a futuro. Las declaraciones a futuro deben leerse junto con las demás declaraciones de advertencia que se incluyan en cualquier otro lugar, incluyendo en el último Formato 20-F de AB InBev y en otros informes presentados en el Formato 6-K, y cualquier otro documento que AB InBev haya dado a conocer al público. Toda declaración a futuro que contenga este comunicado está calificada en su totalidad por dichas declaraciones de advertencia y no existe garantía de que los resultados reales o los desarrollos que prevé AB InBev se lograrán o incluso, de lograrse sustancialmente, que tendrán las consecuencias esperadas o efectos para, AB InBev o su negocio u operaciones. Excepto tal y como lo exige la ley, AB InBev no asume ninguna obligación a actualizar o revisar al público ninguna declaración a futuro, sin importar si es resultado de información nueva, sucesos futuros u otros. Los datos financieros del año completo 2020 (AF20) que indica la Figura 1 (excepto por la información volumétrica), las Figuras 3 a la 5, 7, 9, 10 y 14 y 15 de este comunicado de prensa han sido obtenidos de los estados financieros consolidados auditados del grupo a y para los doce meses que cierran el 31 de diciembre de 2020, que han sido revisados por nuestros auditores legales PwC Réviseurs d’Entreprises SRL / PwC Bedrijfsrevisoren BV de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría aplicadas en Bélgica y que dieron como resultado una opinión de auditoría sin salvedades. El cuarto trimestre de 2020 (4T20) y los datos financieros incluidos en las Figuras 6, 8 y 11 a la 13 han sido obtenidos de los registros de contabilidad subyacentes a y para los doce meses que cierran el 31 de diciembre de 2020 (excepto por la información volumétrica).

CONFERENCIAS TELEFÓNICAS Y WEBCAST

Conferencia telefónica y webcast del inversionista el jueves 25 de febrero de 2021

3:00 p.m. Bruselas / 2:00 p.m. Londres / 9:00 a.m. Nueva York

Detalles de registro:

Webcast (modo audio únicamente):

[Webcast - Resultados del 4T20 y AF20 de AB InBev](#)

Conferencia telefónica (con preguntas y respuestas interactivas):

[Conferencia telefónica del 4T20 y AF20 de AB InBev \(con preguntas y respuestas interactivas\)](#)

Inversionistas

Lauren Abbott

Tel: +1 212 573 9287

Correo electrónico: lauren.abbott@ab-inbev.com

Medios de comunicación

Ingvild Van Lysebetten

Tel: +32 16 276 608

Correo electrónico: ingvild.vanlysebetten@ab-inbev.com

Maria Glukhova

Tel: +32 16 276 888

Correo electrónico: maria.glukhova@ab-inbev.com

Fallon Buckelew

Tel: +1 310 592 6319

Correo electrónico: fallon.buckelew@ab-inbev.com

Jency John

Tel: +1 646 746 9673

Correo electrónico: jency.john@ab-inbev.com

Sobre Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev es una compañía que cotiza en bolsa (Euronext: ABI) con oficinas principales Lovaina, Bélgica, con inscripción de acciones secundarias en las bolsas de valores mexicana (MEXBOL: ANB) y de Sudáfrica (JSE: ANH) y con Recibos de Depositarios Estadounidenses en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE: BUD). Nuestro Sueño es unir a las personas por un mundo mejor. La cerveza, la red social original, ha unido a las personas por miles de años. Nuestro compromiso es crear grandes marcas que superen la prueba del tiempo y elaborar las mejores cervezas utilizando los ingredientes naturales más finos. Nuestra diversa cartera de más de 500 marcas de cerveza incluye marcas globales como Budweiser®, Corona® y Stella Artois®; marcas multinacionales como Beck's®, Hoegaarden®, Leffe® y Michelob ULTRA®; y campeones locales tales como Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Castle®, Castle Lite®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin®, y Skol®. Nuestra herencia de elaboración de cerveza remonta a más de 600 años, abarcando continentes y generaciones. Desde nuestras raíces europeas en la cervecería Den Hoorn en Lovaina, Bélgica. Hasta el espíritu precursor de la cervecería Anheuser & Co brewery en St. Louis, EE.UU. Hasta la creación de la cervecería Castle Brewery en Sudáfrica durante la fiebre del oro de Johannesburgo. Hasta Bohemia, la primera cervecería en Brasil. Diversificada geográficamente con una exposición balanceada hacia mercados desarrollados y en vías de desarrollo, apalancamos las fortalezas colectivas de aproximadamente 164,000 colegas con base en casi 50 países de todo el mundo. Para 2020, los ingresos que reportó AB InBev ascendieron a 46,900 millones de USD (excluyendo asociaciones en participación y asociadas)

Anexo 1

AB InBev en el mundo	4T19	Alcance	Conversión de divisas	Reexpresión hiperinflacionaria	Crecimiento orgánico	4T20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	141 979	151	-	-	2 324	144 455	1.6%
en los que AB InBev es propietaria de la cerveza	124 025	107	-	-	2 256	126 388	1.8%
Ingresos	13 334	-107	-1 090	36	592	12 767	4.5%
Costo de ventas	-5 269	-20	442	-19	-415	-5 282	-7.9%
Utilidades brutas	8 065	-127	-648	17	178	7 485	2.2%
SG&A	-4 149	24	270	-10	-304	-4 169	-7.4%
Otros ingresos/(gastos) de operación	213	415	-8	-4	-63	551	-29.3%
EBIT normalizado	4 128	312	-387	2	-188	3 867	-4.7%
EBITDA normalizado	5 343	313	-467	3	-126	5 066	-2.4%
Margen de EBITDA normalizado	40.1%					39.7%	-261 BPS

Norteamérica	4T19	Alcance	Conversión de divisas	Reexpresión hiperinflacionaria	Crecimiento orgánico	4T20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	25 489	26	-	-	-176	25 340	-0.7%
Ingresos	3 635	12	2	-	85	3 734	2.4%
Costo de ventas	-1 375	-1	-1	-	-56	-1 433	-4.2%
Utilidades brutas	2 260	11	1	-	29	2 301	1.3%
SG&A	-1 028	-25	-1	-	-50	-1 104	-4.9%
Otros ingresos/(gastos) de operación	17	-	-	-	-19	-1	-109.3%
EBIT normalizado	1 249	-14	-	-	-40	1 196	-3.2%
EBITDA normalizado	1 479	-11	-	-	-73	1 395	-4.9%
Margen de EBITDA normalizado	40.7%					37.4%	-292 BPS

Centroamérica	4T19	Alcance	Conversión de divisas	Reexpresión hiperinflacionaria	Crecimiento orgánico	4T20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	35 544	208	-	-	736	36 487	2.1%
Ingresos	3 231	5	-241	-	146	3 142	4.5%
Costo de ventas	-976	-5	77	-	-125	-1 029	-12.7%
Utilidades brutas	2 255	-	-164	-	21	2 113	0.9%
SG&A	-774	1	58	-	-65	-780	-8.4%
Otros ingresos/(gastos) de operación	6	-1	-	-	-1	4	-26.7%
EBIT normalizado	1 487	-	-105	-	-45	1 337	-3.0%
EBITDA normalizado	1 723	-	-128	-	23	1 619	1.4%
Margen de EBITDA normalizado	53.3%					51.5%	-161 BPS

Sudamérica	4T19	Alcance	Conversión de divisas	Reexpresión hiperinflacionaria	Crecimiento orgánico	4T20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	41 209	46	-	-	3 899	45 154	9.5%
Ingresos	2 965	-91	-863	36	494	2 542	17.4%
Costo de ventas	-1 165	-1	376	-19	-285	-1 095	-24.5%
Utilidades brutas	1 800	-92	-487	17	210	1 447	12.4%
SG&A	-727	-3	238	-10	-156	-659	-21.6%
Otros ingresos/(gastos) de operación	63	413	-11	-4	-25	436	-37.0%
EBIT normalizado	1 136	317	-261	2	29	1 224	2.9%
EBITDA normalizado	1 380	317	-329	3	31	1 402	2.4%
Margen de EBITDA normalizado	46.5%					55.2%	-565 BPS

Europa, Medio Oriente y África	4T19	Alcance	Conversión de divisas	Reexpresión hiperinflacionaria	Crecimiento orgánico	4T20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	23 867	-33	-	-	-1 556	22 277	-6.5%
Ingresos	2 135	-2	-42	-	-140	1 952	-6.6%
Costo de ventas	-1 016	1	14	-	45	-956	4.5%
Utilidades brutas	1 119	-	-28	-	-94	997	-8.4%
SG&A	-758	-	-6	-	-1	-765	-0.2%
Otros ingresos/(gastos) de operación	63	-	2	-	2	67	2.7%
EBIT normalizado	424	-	-32	-	-94	298	-22.2%
EBITDA normalizado	678	-	-30	-	-83	564	-12.3%
Margen de EBITDA normalizado	31.7%					28.9%	-194 BPS

Asia Pacífico	4T19	Alcance	Conversión de divisas	Reexpresión hiperinflacionaria	Crecimiento orgánico	4T20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	15 481	-67	-	-	-470	14 944	-3.0%
Ingresos	1 211	-29	53	-	-35	1 200	-2.9%
Costo de ventas	-587	2	-22	-	20	-588	3.3%
Utilidades brutas	624	-28	31	-	-15	612	-2.4%
SG&A	-554	28	-17	-	11	-532	2.0%
Otros ingresos/(gastos) de operación	67	-	1	-	-16	52	-24.1%
EBIT normalizado	137	-	15	-	-20	132	-14.6%
EBITDA normalizado	297	-	20	-	-13	304	-4.4%
Margen de EBITDA normalizado	24.5%					25.3%	-39 BPS

Sociedades de Exportación Global y Tenedoras	4T19	Alcance	Conversión de divisas	Reexpresión hiperinflacionaria	Crecimiento orgánico	4T20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	389	-29	-	-	-109	252	-31.7%
Ingresos	156	-1	-	-	41	197	27.0%
Costo de ventas	-150	-16	-1	-	-14	-181	-8.4%
Utilidades brutas	6	-17	-1	-	27	16	215.9%
SG&A	-308	23	-3	-	-42	-329	-14.4%
Otros ingresos/(gastos) de operación	-4	2	-	-	-4	-6	-111.8%
EBIT normalizado	-306	8	-4	-	-19	-320	-6.1%
EBITDA normalizado	-214	7	-	-	-10	-218	-4.9%

Anexo 2

AB InBev en el mundo	AF19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	AF20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	561 427	1 170	-	-31 954	530 644	-5.7%
en los que AB InBev es propietaria de la cerveza	495 423	707	-	-28 714	467 416	-5.8%
Ingresos	52 329	-81	-3 410	-1 957	46 881	-3.7%
Costo de ventas	-20 362	-121	1 488	-640	-19 634	-3.1%
Utilidades brutas	31 967	-202	-1 922	-2 596	27 247	-8.2%
SG&A	-16 421	26	1 008	19	-15 368	0.1%
Otros ingresos/(gastos) de operación	875	407	-36	-402	845	-46.2%
EBIT normalizado	16 421	231	-950	-2 980	12 723	-18.3%
EBITDA normalizado	21 078	239	-1 292	-2 704	17 321	-12.9%
Margen de EBITDA normalizado	40.3%				36.9%	-382 BPS

Norteamérica	AF19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	AF20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	108 133	237	-	-1 525	106 846	-1.4%
Ingresos	15 488	44	-23	114	15 622	0.7%
Costo de ventas	-5 789	-20	7	-67	-5 870	-1.2%
Utilidades brutas	9 698	23	-17	47	9 752	0.5%
SG&A	-4 372	-44	9	39	-4 369	0.9%
Otros ingresos/(gastos) de operación	26	-	-	-40	-14	-157.7%
EBIT normalizado	5 352	-21	-8	46	5 369	0.9%
EBITDA normalizado	6 185	-16	-9	13	6 172	0.2%
Margen de EBITDA normalizado	39.9%				39.5%	-21 BPS

Centroamérica	AF19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	AF20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	133 538	1 072	-	-13 810	120 800	-10.3%
Ingresos	11 912	23	-776	-1 127	10 032	-9.4%
Costo de ventas	-3 549	-24	250	-8	-3 331	-0.2%
Utilidades brutas	8 363	-1	-526	-1 135	6 701	-13.6%
SG&A	-3 049	8	204	127	-2 710	4.2%
Otros ingresos/(gastos) de operación	121	-7	1	-108	6	-95.3%
EBIT normalizado	5 435	-	-321	-1 117	3 997	-20.5%
EBITDA normalizado	6 356	-	-403	-939	5 014	-14.8%
Margen de EBITDA normalizado	53.4%				50.0%	-313 BPS

Sudamérica	AF19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	AF20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	139 664	93	-	4 452	144 209	3.2%
Ingresos	9 790	-142	-2 306	750	8 092	7.8%
Costo de ventas	-4 009	-3	1 075	-849	-3 786	-21.2%
Utilidades brutas	5 781	-144	-1 231	-99	4 306	-1.8%
SG&A	-2 791	-8	700	-318	-2 417	-11.4%
Otros ingresos/(gastos) de operación	201	413	-35	-56	522	-28.1%
EBIT normalizado	3 190	261	-566	-473	2 412	-15.6%
EBITDA normalizado	4 145	261	-788	-439	3 179	-11.0%
Margen de EBITDA normalizado	42.3%				39.3%	-720 BPS

Europa, Medio Oriente y África	AF19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	AF20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	85 888	-115	-	-9 566	76 207	-11.2%
Ingresos	7 911	-7	-234	-835	6 835	-10.6%
Costo de ventas	-3 506	5	119	-12	-3 394	-0.3%
Utilidades brutas	4 404	-2	-115	-847	3 441	-19.2%
SG&A	-2 862	1	69	95	-2 696	3.3%
Otros ingresos/(gastos) de operación	264	-	-	-102	163	-38.5%
EBIT normalizado	1 807	-1	-46	-853	907	-47.2%
EBITDA normalizado	2 781	-1	-79	-806	1 895	-29.0%
Margen de EBITDA normalizado	35.2%				27.7%	-724 BPS

Asia Pacífico	AF19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	AF20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	93 168	-62	-	-11 456	81 649	-12.3%
Ingresos	6 544	-	-65	-831	5 648	-12.7%
Costo de ventas	-2 919	5	32	277	-2 605	9.5%
Utilidades brutas	3 625	5	-33	-554	3 042	-15.2%
SG&A	-2 216	1	24	94	-2 097	4.2%
Otros ingresos/(gastos) de operación	230	-	-1	-83	146	-36.0%
EBIT normalizado	1 639	6	-11	-543	1 091	-32.8%
EBITDA normalizado	2 287	6	-18	-538	1 737	-23.4%
Margen de EBITDA normalizado	35.0%				30.8%	-430 BPS

Sociedades de Exportación Global y Tenedoras	AF19	Alcance	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	AF20	Crecimiento orgánico
Volúmenes totales (miles de hls)	1 036	-55	-	-48	933	-5.1%
Ingresos	685	1	-6	-27	652	-4.1%
Costo de ventas	-590	-84	6	19	-648	2.9%
Utilidades brutas	95	-83	-	-8	4	-56.9%
SG&A	-1 131	68	2	-18	-1 079	-1.7%
Otros ingresos/(gastos) de operación	35	1	-	-13	22	-35.3%
EBIT normalizado	-1 001	-14	2	-39	-1 053	-3.9%
EBITDA normalizado	-676	-11	5	4	-677	0.6%