

INFORME DEL DIRECTORIO Y PRESIDENTE EJECUTIVO COMPAÑÍA DE CERVEZAS NACIONALES C.A.

Señores Accionistas:

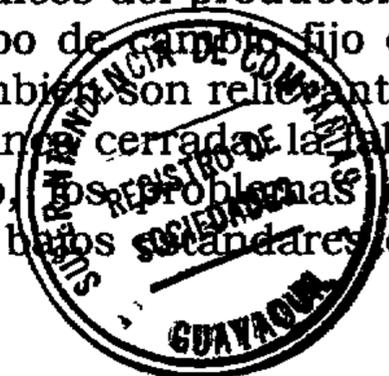
En cumplimiento de lo establecido en la Ley y en los Estatutos de la Compañía, ponemos a consideración de ustedes la memoria explicativa de la gestión realizada en el ejercicio 2000.

Al efectuar un balance de los doce meses del año, es necesario destacar inicialmente, por los efectos positivos, la estabilidad en el ámbito cambiario. En efecto la acelerada depreciación de la moneda que se registró en 1999 y los primeros días del 2000, fue detenida abruptamente con el esquema de la dolarización y con ello se esfumó la amenaza permanente de la devaluación.

Por la manera favorable como se realizó, debe señalarse también, el canje de sucres por dólares, lo cual se dio sin inconvenientes en un tiempo relativamente corto y contribuyó sin duda en la estabilización señalada inicialmente. Igualmente las reformas aprobadas en la Ley de Transformación Económica, constituyen parte favorable, ya que viabiliza el nuevo esquema propuesto, y van dirigidas a mejorar las condiciones de inversión en sectores de impacto para el crecimiento económico. La renegociación por parte del Gobierno de la deuda externa fue otro factor adecuado, lo cual constituyó un alivio por la liberación de los recursos a favor de las finanzas públicas.

También contribuyeron a que la economía en el 2000 tuviera un crecimiento estimado en 1,9%, el elevado precio del petróleo, el descongelamiento parcial de los fondos de los ahorristas y los incrementos salariales ordenados por el Gobierno, que en general contrastan con la disminución del 7% de la economía en 1999.

Por otra parte, como elementos negativos, debe destacarse inicialmente la inflación, que alcanzó al cerrar el año el 91%, como producto entre otros factores, de la nivelación en el 2000 de los índices del productor y el consumidor. Esta brecha se dio al fijarse el tipo de cambio fijo de S/.25.000,00 por dólar a partir del 9 de enero. También son relevantes las dificultades originadas por la situación de la banca cerrada, la falta de leyes necesarias para el desarrollo económico, los problemas en algunos sectores del agro y la pesca, así como los bajos estándares de productividad y seguridad social registradas.



Con relación a la Industria, se debe destacar el crecimiento de la participación de nuestros productos en el mercado de cervezas, originado por el mayor volumen de ventas comparado con el año anterior. A su vez son significativas las mejoras de los índices del mercado, tales como calidad del servicio, cobertura, presencia, dentro del marco de los programas de excelencia en Distribución y Ventas. También debe registrarse con satisfacción el lanzamiento del refresco Pony Malta, el cual con sus ingredientes nutritivos, está orientado a posicionarse en importantes segmentos de la población.

Se observa también una optimización en la mejora de los índices de producción, alcanzando niveles de excelencia la eficiencia en las líneas de embotellado y en los del servicio público como agua y energía eléctrica. Se destacan los altos estándares de productividad.

La implementación y puesta en marcha del programa SAP, nos permite contar con tecnología de información de punta, a la altura de las empresas exitosas del mundo, para beneficio evidente de la administración, distribuidores, clientes y proveedores.

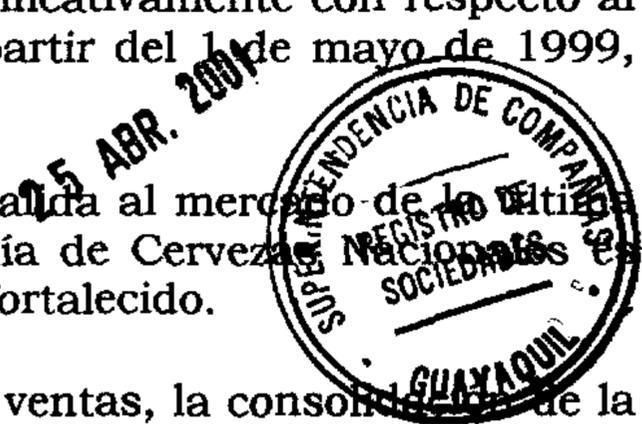
Debe resaltarse también la cultura de calidad en la organización, la cual se consolida en el 2000 con la Certificación ISO 9002, No. 75701 en la elaboración, producción y comercialización de cervezas Pilsener, Club y Dorada.

Como negativo, se observa el crecimiento de la inseguridad y delincuencia, lo cual afecta la comercialización de nuestros productos. El incremento de cierre de negocios por diversos motivos, así como las dificultades derivadas en el sector bananero y camaronero.

Durante el transcurso del año 2000, se recuperó parcialmente el valor real de la cerveza en dólares, que había disminuido por la devaluación del sucre en especial a finales de 1999. De todas formas, los ingresos en dólares se vieron afectados por esta eventualidad. Igualmente el rubro de Impuesto a la Renta, creció significativamente con respecto al año anterior, ya que la base del 15% a partir del 1 de mayo de 1999, subió a 25% para todo el año 2000.

En resumen después de dos años de la salida al mercado de la competencia, el balance para la Compañía de Cervezas Nacionales es ampliamente favorable, la empresa se ha fortalecido.

Para el 2001 se espera un crecimiento en ventas, la consolidación de la diversificación de productos, la implementación de Normas Sanitarias Internacionales, así como de Buenas Prácticas de Manufactura y el



CCN
Pág. 3

manejo ambiental dentro del marco de la cultura de calidad, lo mismo que el fortalecimiento del recurso humano.

25 ABR. 2001



PRODUCCION

Durante el año 2000 se dio cabal cumplimiento a los programas de producción, tanto en la sala de cocimiento como en el salón de embotellado, lo cual permitió la atención satisfactoria de la demanda de ventas.

Gestión de Mejoramiento:

Se alcanzaron mejoras significativas en los principales indicadores técnicos tales como:

- Condiciones y eficiencia de operación de procesos y equipos.
- Consumos unitarios de materias primas e insumos.
- Consumo de servicios.
- Manejo del recurso humano y productividad de las áreas operativas.

La estrategia en el manejo de este tema se ha orientado a alcanzar los índices óptimos de conformidad con los requisitos del proceso y el diseño de la maquinaria, dando cumplimiento a las especificaciones y parámetros de calidad del producto y, así como a la vez, hacia la disminución de los costos de operación.

Gestión de Calidad:

Se desarrollaron los programas y actividades para la exitosa implantación del sistema de gestión de calidad ISO 9000.

Gestión Ambiental:

Se continúa el cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental. Se destaca la estabilización del sistema de tratamiento de efluentes para el cual se obtienen resultados que cumplen las normas ambientales vigentes.

Otras Actividades a destacar:

- Modernización, automatización y monitoreo de los procesos en pailas de cocimiento, enfriamiento de mosto y dilución de cerveza.

25 ABR. 2001



- Mejoramiento de la automatización y control de la caldera # 3 y del banco de bombas de alimentación.
- Adquisición y puesta en marcha de: un secador para aire de 600 cfm. Un vaporizador para Co2 de 2000 lb/hr. Un condensador evaporativo de 530 ton. de refrigeración.
- Se dio inicio a la elaboración y embotellado de Pony Malta en presentaciones 311 cm³ y 250 cm³, evento que requirió el desarrollo de acondicionamientos al proceso y equipos de envase que permitan su correcto manejo.
- Adquisición y puesta en operación de una máquina lavadora y llenadora para barriles de cerveza Chop pasteurizada.
- Reconstrucción de una máquina etiquetadora y una envasadora con destino a la Cervecería Andina de Quito.
- Adjudicación e inicio de obra para la construcción de dos naves para bodega de almacenamiento de envases.

Principales Proyectos para el año 2001:

- Mejoramiento condiciones de operación Línea 3: inspectores de botellas vacías, inspectores de nivel de llenado, reformas duchas pasteurizador, sistema auto-flush, compactador de etiquetas.
- Actualización y automatización integral de la planta: automatización de pailas en cocimiento fase II e instrumentación, automatización del desaireador de agua, actualización sistema de monitoreo superlínea, medición de nivel en tanques.
- Medidor de facturación para 69 KV. Y protección diferencial para la subestación principal.
- Cambio de condensador evaporativo No. 1.
- Suministro e instalación compresor de amoniaco.
- Reposición de licuefactor No. 1 de CO2.



MERCADEO Y VENTAS

Las ventas netas aumentaron comparadas con el año anterior a pesar del difícil entorno económico. Las estrategias publicitarias, promocionales y de logística estuvieron orientadas a contrarrestar este entorno.

Publicidad:

Producción y Exposición de nuevas campañas de televisión, radio y prensa complementadas con la elaboración de nuevos materiales Impresos y empaques de: Pilsener, Club, Dorada y Pony Malta.

Aprovechamiento publicitario de auspicios deportivos a través de medios masivos: Televisión, radio, prensa y revistas.

Promociones:

La actividad promocional estuvo orientada ha consolidar nuestra presencia y liderazgo en el punto de venta.

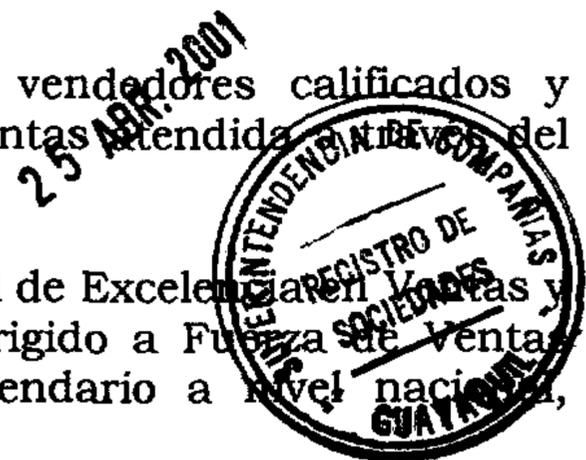
El contacto con la comunidad a través del soporte logístico y la presencia permanente de nuestras marcas en fiestas patronales, eventos especiales y patrocinios deportivos.

Programa permanente de impulso y degustación de nuestras marcas en el punto de venta y sitios estratégicos de afluencia de consumidores objetivos.

Ventas:

Se orientó la gestión de Ventas a tener vendedores calificados y debidamente entrenados en cada ruta de ventas atendida del Sistema Preventa y/o Autoventa.

Mejoramiento continuo de programas como el de Excelencia en Ventas y refuerzo del programa de entrenamiento dirigido a Fuerza de Ventas (interna y/o externa) que cumplió un calendario a nivel nacional, alcanzando una cobertura del 100%.



Distribución:

Durante el año 2.000 se consolidó el programa de Excelencia en Distribución que nos ha permitido conseguir una mayor profesionalización de la fuerza de distribución con especial énfasis en su estructura operacional y calidad de servicio al mercado, cuyos resultados se evidencian en la efectividad del cumplimiento de nuestros objetivos de Mercado.

Investigación y desarrollo:

Este año se ha desarrollado una amplia actividad de Investigación dirigida en función del monitoreo permanente de las variables del mercado, estrategias comunicacionales y promocionales tanto propias como de la competencia y desarrollo de nuevas categorías de producto.

Es en este sentido que se concluyeron estudios de mercado, se planificó y lanzó al mercado Pony Malta (refresco de malta) en cuatro presentaciones: retornables botellas de 311 c.c. y 250 c.c. y No retornables botellas tapa rosca de 250 c.c. y lata de 296 c.c., con excelente aceptación por parte de los consumidores.



EDGARDO BAEZ NOGUERA
Presidente Ejecutivo

25 ABR. 2001

