

INFORME DEL DIRECTORIO Y PRESIDENTE EJECUTIVO CERVECERÍA NACIONAL CN S.A.

Señores Accionistas:

Cumpliendo con lo establecido en los Estatutos y en la Ley de la Compañía, ponemos a consideración de ustedes la memoria explicativa sobre la gestión realizada en el ejercicio 2007.

El año 2007, representó un cambio de rumbo en lo político, económico y social del Ecuador, al haber asumido la Presidencia de la República el Economista Rafael Correa.

Las expectativas sobre las propuestas del Gobierno y la necesidad de encontrar precisiones acordes a los distintos actos, dominaron el ambiente en general y la situación de negocios en particular. La opinión pública permaneció atenta al anunciado proceso de transformación.

El entorno internacional fue en extremo favorable para el Ecuador por el alto precio de sus exportaciones, pero especialmente por el "boom" sin precedentes de los precios del petróleo que le proporcionó altos ingresos al fisco.

El desempeño de las distintas variables sociales y económicas del Ecuador, giró en torno a una intensa actividad política, que estuvo caracterizada principalmente por una estrategia de gestión de Gobierno, basada en la fusión del marketing y una campaña permanente de la acción gubernamental.

PODER POLÍTICO

La reestructuración de la Función Ejecutiva en varios ministerios sectoriales y ministerios regionales, responde a una estrategia de mayor control sobre la administración de los recursos y a una presencia más fuerte del Gobierno central en todo el territorio nacional.

La apuesta a los cambios institucionales, hasta el momento, ha sido la promoción de un marco regulatorio, que favorezca un rol más activo del Estado en las actividades económicas y productivas, a través de una planificación centralizada y a un nuevo modelo de ordenamiento territorial.

Seguramente la nueva organización política del país, tenderá a la desconcentración de funciones.

UNA OPINIÓN PÚBLICA FAVORABLE AL RÉGIMEN

En el trayecto a la Asamblea Nacional Constituyente, el Presidente Correa supo mantener una opinión pública favorable al régimen. Un discurso fuertemente nacionalista y dos momentos electorales le permitieron asociar su imagen a una expectativa de transformación, que ha ido acompañada por un alto optimismo ciudadano.

Si bien, este optimismo ciudadano no tiene una bandera ideológica, sí se mantiene ligado, a las expectativas sobre el desempeño de la economía y sus efectos sobre el bienestar personal y familiar.

Los altos precios del petróleo explican que las exportaciones petroleras hayan crecido el 9.74% en dólares en el año 2007, a pesar de la reducción del 9.17% en el volumen de crudo exportado.

El tipo de cambio real, mantiene una tendencia favorable gracias a la difícil situación que enfrentan la economía y el dólar estadounidense.

En materia financiera, el Gobierno ha empujado a una reducción de las tasas de interés por segmentos, mientras la tasa activa referencial se mantiene.

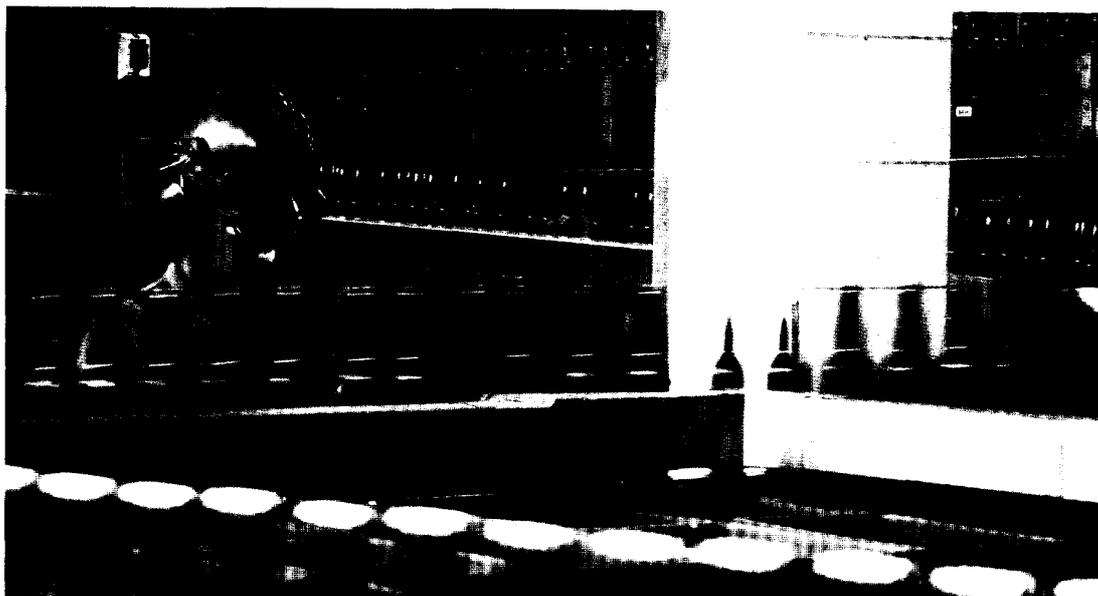
SITUACIÓN SOCIAL

La situación social del Ecuador, presenta algunos indicadores que reflejan una mejora en algunos aspectos. En el año 2007 se estimaba una población de 13.6 millones de habitantes, con un PIB per cápita de 3,270 dólares corrientes y 1,626 en dólares del año 2000, por lo que, se estima un crecimiento del ingreso del 1.12% en el 2007 y 2.77% en el 2008.

En el año 2007, se elaboró una nueva metodología para la medición de las tasas de empleo entre el Banco Central y el INEC. Esto llevó a que se presenten nuevos valores que no son homologables con los anteriores. De esta manera, la tasa de desempleo pasó del 9.80%, en agosto del 2007, al 7.5% en octubre del 2007, siendo este el último dato disponible. De la misma forma, la tasa de subempleo es del 46.13%.

Dentro de las estimaciones realizadas por el INEC, se identifica la pobreza en provincias de la Costa y de la Sierra, así como en la región amazónica. De acuerdo a estas estimaciones, en el Ecuador hay más de 5 millones de personas que se encuentran en una situación de pobreza medida por consumo.

Las provincias más pobres son Bolívar, Carchi, Chimborazo y Manabí donde más de la mitad de la población se encuentra en situación de pobreza. Adicionalmente, la región amazónica tiene un nivel de pobreza cercano al 60%. Por otro lado, las provincias con menores índices de pobreza son Pichincha, Azuay y El Oro.



LA INDUSTRIA

Los ingresos ascendieron a \$224 millones de dólares, logrando un crecimiento del 14% respecto al año anterior. Las ventas tuvieron un incremento del 8% y una participación nacional de sus productos del 96%.

Asuntos Corporativos inició el compromiso de practicar nuestros valores corporativos a través del Código de Ética y el Manifiesto del Alcohol, los mismos que son parte fundamental de la responsabilidad con la que nos desempeñamos diariamente. Por primera vez se presentó en el Ecuador una campaña diferente sobre el consumo responsable: Todos podemos ser padres. Presentamos también nuestra Marca CERVECERÍA NACIONAL con su principal valor: SU GENTE. Asimismo, con la solidaridad que nos caracteriza, realizamos el lanzamiento de los programas CN-Voluntariado y Dona tu Regalo, ya que, es nuestro interés apoyar al desarrollo sustentable de las comunidades cercanas a nuestra Empresa.

A través de Recursos Humanos trabajamos arduamente en la atracción, desarrollo y retención del talento profesional, formando a nuestra gente a través de nuestras Academias a nivel de especialización. Como Desarrollo organizacional gestionamos el proceso de cambio en todos los niveles llevando a cabo tanto capacitación de todo el personal como mediciones de los resultados de las nuevas estructuras organizacionales; asimismo desarrollamos nuevos programas de compensación e incentivos y programas de salud y bienestar para nuestros colaboradores y sus familias.

ASUNTOS CORPORATIVOS

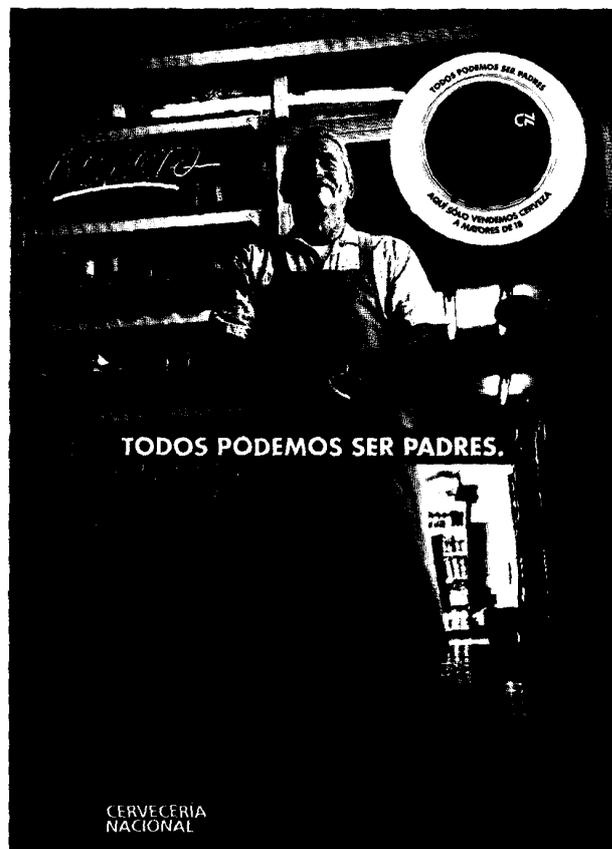
Desempeña actividades con el fin de proteger y acrecentar nuestra imagen corporativa, promoviendo la bien ganada reputación de Cervecería Nacional, como una Compañía con Responsabilidad Social Empresarial que apoya y vigila:

- El ser buenos ciudadanos corporativos.
- Respeto al Medio Ambiente.
- Cuidar las directrices de empleados, proveedores y distribuidores, basados en el Código de Ética y Manifiesto de Alcohol.
- El desarrollo sostenible y sustentable de la Empresa a largo plazo.
- Aportar con las comunidades cercanas donde nos desarrollamos.
- Proveer la autorregulación efectiva de la Empresa.

Cervecería Nacional promueve el consumo responsable y es por esto que lanzó al mercado la campaña "Todos podemos ser padres" con el objetivo de concienciar a los consumidores y detallistas sobre la NO

venta de cerveza a menores de 18 años. Esta iniciativa está relacionada con nuestro Manifiesto de Alcohol, en el que, se establecen políticas y lineamientos para garantizar la promoción, venta y consumo responsable de nuestras cervezas en todos los ámbitos donde se comercializan, como parte de un estilo de vida saludable y asegurar así nuestro compromiso con la comunidad de ser transparentes y responsables.

Nuestra Imagen Corporativa ¡Somos Nosotros!, caracteriza a una Empresa que desde 1887 representa el espíritu emprendedor del país. Todo este tiempo hemos generado trabajo, riqueza y orgullo. Este nivel de aporte y esfuerzo por el Ecuador, refleja nuestra gente en los comerciales que forman parte de la campaña "Cervecería Nacional, calidad ecuatoriana que el mundo reconoce".



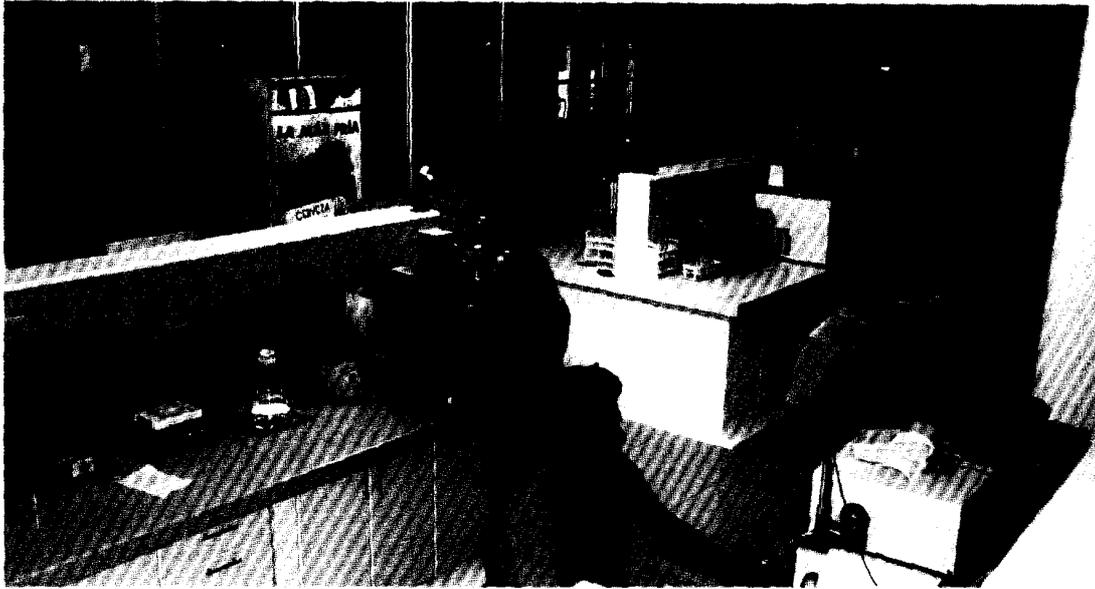
RESPONSABILIDAD SOCIAL

Cervecería Nacional a lo largo de su operación comercial, ha estado comprometida siempre en la Responsabilidad Social Empresarial y en la integración de sus objetivos dentro de nuestro plan de negocios. De esta forma, acentuamos el compromiso para mejorar la calidad de vida de nuestros empleados, sus familias y las comunidades aledañas a nuestras operaciones.

Es por esto que trabajamos con nuestros grupos de interés, construyendo y manteniendo una relación de respeto mutuo, confianza y transparencia, apoyando programas especializados en educación, generación de empleo, deportivos y culturales a través de: Fundación Huancavilca con los programas Orquesta Sinfónica y Tiendas más Eficientes; Consorcio Nobis y su programa "Ecuador Triunfador"; M.I. Municipalidad de Guayaquil con la Teletón por la Vida año 2007 "Por los niños", Puerto Santa Ana-Plaza Pilsener, como a diferentes asociaciones y localidades del país.

Iniciamos este año el CN-Voluntariado y el Programa Dona tu Regalo, proyectos conformados por empleados de la Compañía, apoyando a la reestructuración de las Escuelas: El Futuro de Carlitos, a través de la Fundación Hogar de Cristo en Guayaquil y a la escuela Carmen Amelia Hidalgo del sector de Cumbayá.

El 2008 es un año de grandes retos para Asuntos Corporativos de Cervecería Nacional. Vamos a trabajar orientados al desarrollo sustentable de nuestra Organización, concentrándonos principalmente en el desarrollo de las comunidades donde operamos y generando empleo a través de un programa de reactivación empresarial.



- El reforzamiento del equipo ejecutivo y la creación de la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos y Recursos Humanos. La integración de los Vicepresidentes de Finanzas y Manufactura, ha permitido la incorporación de estándares de clase mundial.

PROYECTOS 2008

La consolidación, nuestra estrategia para desarrollar nuestro recurso humano, a través del fortalecimiento de las habilidades y conocimientos de nuestros líderes, apoyados por sólidos procesos de formación y desarrollo, así como asesoría focalizada en gestión de personas.

El desarrollo de competencias a nivel de especialización, ofreciendo bases firmes para el logro de resultados, a través de nuestros planes de formación y capacitación, ejecutados en nuestras academias de:

- Manufactura
- Ventas
- Distribución
- Líderes
- Gestión del Talento Humano
- Tecnología de la Información



- Se llevó adelante el alineamiento estratégico con el despliegue del plan de negocios y metas para equipos y personas, centrandó la atención en prioridades compartidas entre las áreas. Procesos de revisión de alineamiento con el equipo ejecutivo y además, difusión de los resultados alcanzados en toda la Organización.
- Fortalecimiento de la Cultura de Alto Desempeño, a través del entrenamiento en metodología y orientación en los primeros niveles de la Organización en los modelos de gestión.

PROYECTOS 2008

- Definición de resultados y establecimiento de indicadores conjuntos para el desarrollo de planes de trabajo entre Áreas. Fortalecimiento de la conciencia comercial y apertura a nuevas demandas de servicio y apoyo, configurando acuerdos de colaboración entre áreas.
- Gestión del Cambio, Difusión de metodología y Herramientas para aplicar el cambio en los niveles de jefatura, con el propósito de fortalecer la adecuación a nuevos requerimientos y mitigar los riesgos operacionales derivados de los procesos de transformación en la Organización.
- Proyectos Estratégicos para la conducción alineada a los procesos de cambio y efectividad organizacional, conforme a la estrategia del negocio.

- Como resultado de la integración con Cervecería Andina se revisaron, homologaron y optimizaron beneficios al personal.
- Dimos los primeros pasos en el manejo de consecuencias al fundamentar los incrementos salariales en desempeño y no solo en factores inflacionarios lo cual permitía premiar desempeños excepcionales.
- Promovimos la atracción, desarrollo y retención del talento ejecutivo con planes de beneficio al cuerpo ejecutivo basados en productividad.

Otra parte importante durante el año 2007, fue nuestro Programa de Salud y Bienestar Integral; el cual incluye la prevención de enfermedades ocupacionales y programas de Bienestar Laboral, tendientes a mejorar el clima organizacional.

- Inauguración del nuevo dispensario medico en la Planta Guayaquil.
- Desarrollo de programas para la prevención de enfermedades tales como: osteoporosis, cardiopatías, cáncer, sida, enfermedades tropicales, inmunológicos, entre otros.
- Implementación del Procedimiento Disciplinario para mejorar las relaciones jefe-colaborador.
- Implementación del programa de embajadores de marca, tendiente a que nuestro colaborador sea promotor de nuestras marcas dentro y fuera de la Organización, además logrando integración entre las diferentes áreas de la Compañía.
- Desarrollo de programas dirigidos a los colaboradores y sus familias, con el objetivo de mejorar su calidad de vida y que sus familias se sientan parte de nuestra Empresa.



MERCADEO

Las actividades de mercadeo estuvieron enfocadas en reforzar el liderazgo y preferencia de nuestras marcas, desarrollando así las categorías en las cuales competimos.

NUESTRAS MARCAS

- Renovación de cerveza Club Premium, logrando exitosamente levantar el nivel aspiracional de la categoría.
- Renovación de cerveza Pilsener, convirtiéndola en un ícono de identidad ecuatoriana.
- Lanzamiento de agua con gas Manantial, una propuesta de agua diferente, no mineralizada, dirigida al consumidor que desea una bebida saludable pero busca más que solo agua.
- Renovación de Pony Malta, reposicionándola como bebida refrescante y "cool", que brinda la energía que el estilo de vida de hoy demanda.



VENTAS

Las ventas netas continuaron su tendencia creciente en comparación con el año anterior, sustentadas en la aplicación de estrategias orientadas a capitalizar las ocasiones de consumo en cada Punto de Venta, además de actividades enfocadas a bloqueo de competencia y fidelización de clientes.

Durante el año, la gestión comercial se concentró en consolidar la implementación de segmentación de canales por ocasiones de consumo y la renovación de la imagen de nuestras marcas Pilsener y Club en los Puntos de Ventas, fortaleciendo aún más nuestra posición competitiva en el mercado.

Otra actividad importante que permitió los resultados alcanzados fue la gestión realizada en el mercado para lograr el cumplimiento del precio sugerido de venta al consumidor, con énfasis en las ciudades principales (Guayaquil y Quito) y localidades más lejanas.

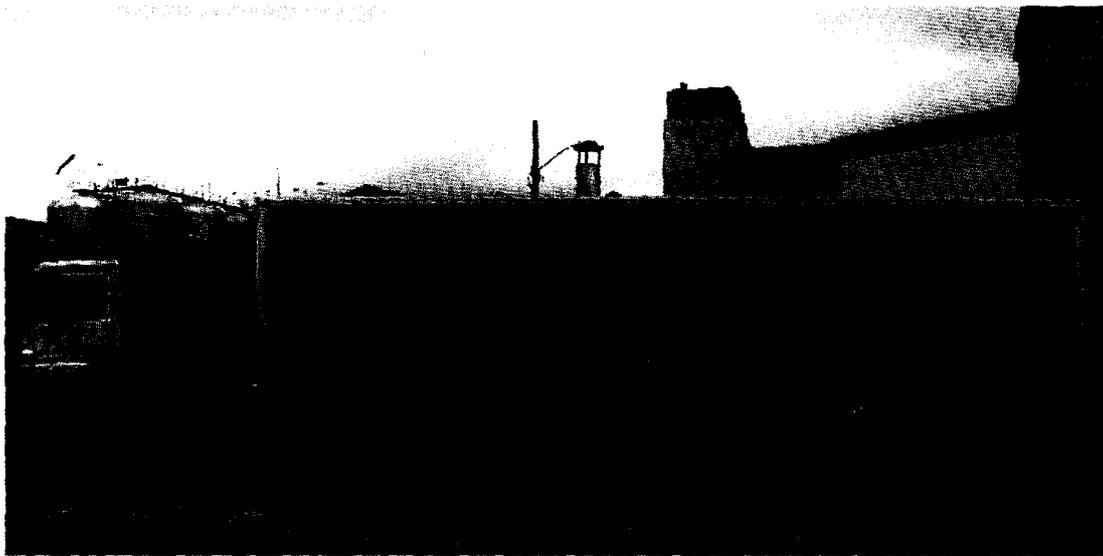
Finalmente, con el mismo nivel de importancia, la ubicación de nuevos equipos de frío en el mercado fue un habilitador clave en el crecimiento de los volúmenes.

Cabe resaltar que la implementación exitosa de estas actividades estuvieron soportadas con una preparación y entrenamiento, el cual fue planificado por el Área de Desarrollo de Ventas en conjunto con las Direcciones Regionales de Ventas y Trade Marketing, siendo su propósito el diseñar soluciones de aprendizaje para la construcción y fortalecimiento de competencias del Equipo de Ventas y programas motivacionales para alcanzar las metas.



DISTRIBUCIÓN

En el año 2007, realizamos una revisión general de las estrategias de Distribución, con el objetivo de definir nuestro plan de trabajo para convertirnos en una Distribución de Clase Mundial.



En este proceso efectuamos interesantes proyectos de inversión como:

- Inicio de la construcción de un moderno centro de distribución en la ciudad de Guayaquil.
- Rediseñamos nuestra red de abastecimiento de producto terminado, acorde con los pronósticos de demanda y la optimización de los costos de distribución.
- Adquirimos trailers de alta ingeniería que reducen los costos de transporte.
- Compramos montacargas con tecnología de punta, que han facilitado las operaciones de carga y descarga de producto.
- Adoptamos los Estándares de Distribución de SABMiller.
- Incorporamos personal altamente calificado para mejorar el desempeño de la distribución y el de la Compañía.
- Realizamos una gran inversión en el desarrollo de competencias de nuestro personal.



- Llevamos a cabo las reuniones de mini negocios entre los distribuidores, el personal de ventas y el personal de distribución, para evaluar y mejorar el desempeño de los distribuidores.
- Disminuimos el costo de distribución en relación al porcentaje de los ingresos de la Compañía.

En el año 2008, continuaremos con nuestro Plan Evolución, para avanzar en nuestro camino de convertirnos en una distribución de clase mundial con proyectos tales como:

- Construcción de un moderno centro de distribución en Quito.
- Modernización de la flota de reparto.
- Planeación centralizada del transporte.
- Inversiones adicionales en trailers para el transporte.
- Continuidad en la implementación de los estándares de distribución de clase mundial.
- Mejoramiento continuo del costo de distribución.

- Instalación y funcionamiento del sistema de enfriamiento para el trasiego de fermentación a maduración.

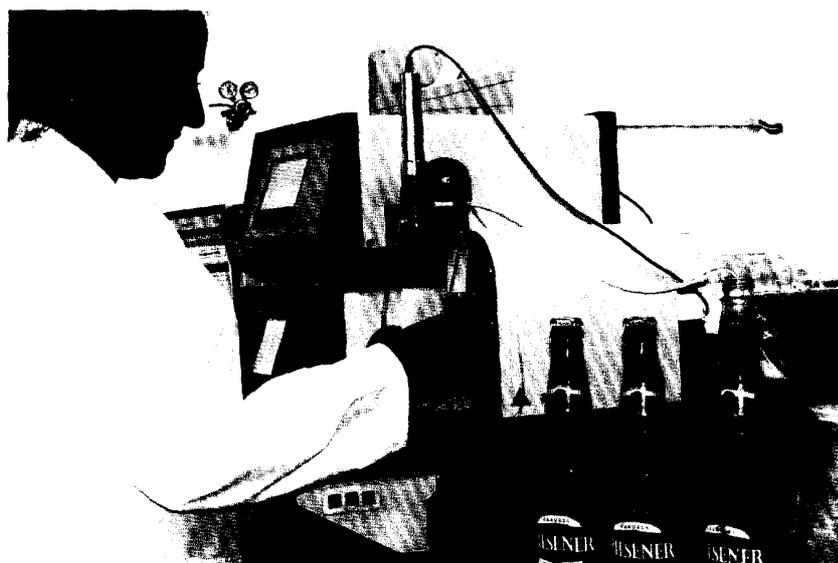
En Embotellado, se ejecutaron varios proyectos que nos permitieron satisfacer la demanda de nuestros clientes con los mejores estándares de calidad, entre los que mencionamos los siguientes:

- Adquisición de Inspectores de botella llena para la Superlínea.
- Instalación de un Control UP para la Pasteurizadora de la Superlínea.
- Compra de Pasteurizadora para Línea N° 3.
- Mantenimiento permanente de envasadoras y etiquetadoras, para mantener condiciones óptimas de operación.
- Instalación de los accesorios necesarios en las etiquetadoras, para el relanzamiento de Club y Pilsener.
- Cambio de cadena en la lavadora de Superlínea.

En Aseguramiento de Calidad, obtuvimos buenos resultados de seguimiento y análisis de nuestros productos, mediante:

- Puesta en marcha de las nuevas instalaciones del Laboratorio de Control de Calidad y Sala de Catado.
- Implantación y operación de las estaciones de trabajo en áreas de Elaboración y Embotellado debidamente equipadas para análisis en Planta.
- Actualización del equipo de cromatografía para determinación de volátiles en cerveza, cuidando el sabor de la misma.

- Instalación de equipos de medición de oxígeno en línea, para el control de estabilidad de nuestras cervezas.
- Adquisición de equipos para controlar el proceso.



- Remojo: Con la adquisición de un compresor de aire que garantizará la aireación suficiente de la cebada en las finas de remojo.
- Germinación: Con la compra de bombas para mejorar el flujo de agua fría para intercambio con aire de germinación.
- Disminución de la merma: con la reposición de transportadores, para mejorar el manejo y seguridad del grano.

PLANTA QUITO

PROYECTOS EJECUTADOS

Durante este año, se puso énfasis en generar continuidad a la operación, mediante la sustitución de equipos deteriorados y el mantenimiento preventivo de equipos en funcionamiento.

Se buscó la ampliación de la capacidad instalada, para atender la demanda potencial del mercado, garantizando la calidad y seguridad de nuestros productos y procesos, mediante la optimización de los recursos.

BREWING

- Se inició el cambio del sistema de propagación y almacenamiento de levadura, optimizando la eficiencia del proceso.
- Se empezó la instalación de los tanques cilindro-cónicos en el área de fermentación, mejorando notablemente el proceso de elaboración de nuestros productos.
- Se comenzó la construcción de una nueva sala de refrigeración y trasiego, la que ayuda de forma efectiva al mantenimiento del producto en cada etapa de su elaboración.
- Se terminó la instalación y puesta a punto del filtro Schenk, el cual mejorará los tiempos de elaboración y aumentará la capacidad instalada del área.
- Se realizó la automatización del Whirpool, para cumplir con los requerimientos de calidad.

UTILITIES

- Se adquirió el stripper para purificación de CO₂, mejorando la calidad de este insumo, en los diferentes procesos que lo demandan.
- Se puso en marcha el equipo desaireador de agua, para mejorar las condiciones durante el proceso de elaboración y embotellado.
- Se cambió la acometida de media tensión (22000 V) aérea por subterránea en la Subestación #1, con lo cual, se reduce considerablemente los riesgos de electrocución y daños personales al colocar equipos de alta seguridad y de fácil operación.



ASEGURAMIENTO DE CALIDAD



- Se concluyó con éxito la construcción del aula de catado, la cual brinda las condiciones necesarias para realizar un excelente control de nuestros productos, asegurando su calidad organoléptica.

FINANZAS Y TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

GENTE Y ORGANIZACIÓN

El enfoque durante el año 2007, ha sido el alineamiento de las estructuras organizacionales con aquellas comúnmente utilizadas por SABMiller y asegurar de esta manera, que Cervecería Nacional tenga a la gente adecuada en todas las posiciones claves. Tenemos confianza que las nuevas estructuras permitirán al área desempeñar su rol como un socio de negocios estratégico. La implementación continua del Proceso de Performance Management nos ha ayudado a sincronizar el área con la agenda de negocios y reforzar la cultura de desempeño deseada.

Estamos seguros que el nuevo talento y las estructuras organizacionales agregarán un gran valor a la Empresa durante el 2008.

IMPLEMENTACIÓN DE LOS SABMILLER WAYS

SABMiller ha definido varios procesos críticos que se aplican consistentemente a través del Grupo. Estos procesos incluyen:

- Procedimientos comprensivos de optimización de capital.
- Sistema de costos para el proceso de manufactura.
- Método comprensivo de reporte y gestión de Indicadores Claves de Desempeño (KPI).
- Proceso de adquisiciones.
- Proceso de manejo y revisión de costos.

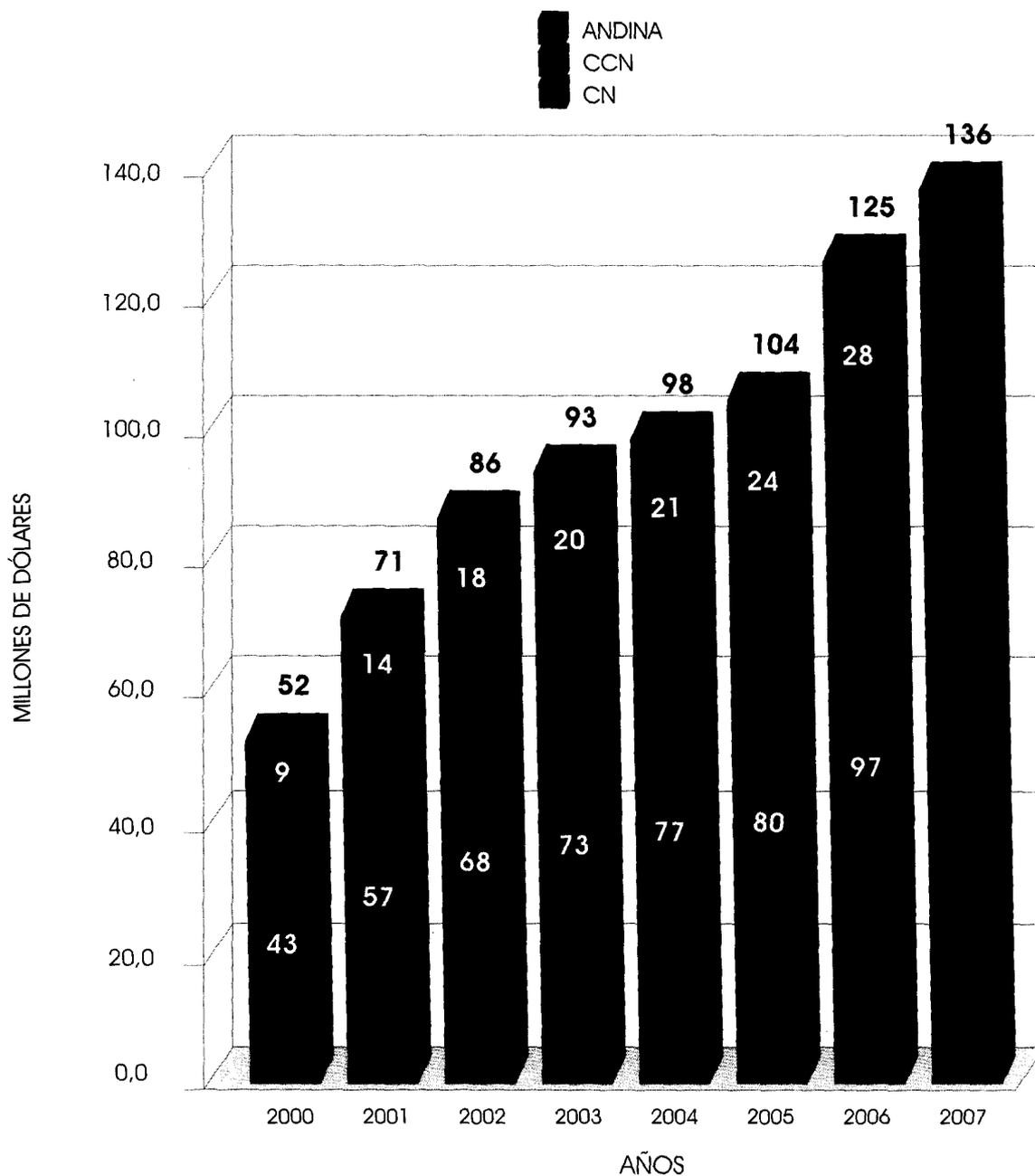
Hubo progresos importantes con la implementación de estos "Ways" durante el 2007, generando gran valor y un mejor entendimiento financiero a través de la Compañía



SISTEMAS INFORMÁTICOS

Sistemas Informáticos tuvo un cambio radical durante el año, encontrándose actualmente completamente en línea con las estructuras del Grupo. Las actividades no centrales han sido tercerizadas entregando un mejor servicio y un beneficio en costos. A más de estos cambios, iniciativas de sistemas muy importantes fueron puestas en práctica este año, incluyendo mejoras a sistemas claves en toda las áreas del negocio.

CONTRIBUCIÓN DE IMPUESTOS PARA EL DESARROLLO DEL PAÍS



I.V.A. - I.C.E. - D.A. - RET - FTE - I.R.

SOBRE LAS UTILIDADES DEL EJERCICIO Y LAS RECOMENDACIONES PARA SU DISTRIBUCIÓN

Los resultados económicos de la empresa muestran que la utilidad obtenida en el ejercicio del 2007 ascendió a 91,155,593

La Compañía debe pagar por concepto de Participación Trabajadores e Impuesto a la Renta, la suma de: 33,993,818

UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS 57,161,775

Sobre la DISTRIBUCIÓN de los BENEFICIOS, el Directorio presenta a la Junta General las siguientes recomendaciones:

UTILIDAD REPARTIBLE A LOS ACCIONISTAS 57,161,775

SOBRE LA DECLARACIÓN DE DIVIDENDOS

El Directorio sugiere:

a.- Que esta Junta declare dividendo la totalidad de la utilidad repartible entre los accionistas, que asciende a: 57,161,775

b.- Que conforme se resolvió en las sesiones de Directorio de Mayo 22 y Octubre 17 del 2007, se distribuyó un total de USD. \$36,882,850 equivalente a USD \$1.80 por cada acción, en calidad de anticipo con cargo a las utilidades del Ejercicio 2007, sugiriendo que ahora se reparta entre los accionistas el saldo de tales utilidades, que es de: 20,278,925