

## **Visión**

**“Ser la empresa más admirada en el Ecuador”**

Las marcas de elección

La inversión de elección

El empleador de elección

El socio de elección

## **Misión**

“Poseer y desarrollar marcas en los segmentos elegidos de bebidas que sean la primera elección de los consumidores y clientes en Ecuador”

## **Valores**

Nuestra gente es nuestra ventaja más duradera

La responsabilidad es clara e individual

Trabajamos y ganamos en equipo

Comprendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores

Nuestra reputación es indivisible

## **Modelo de Gestión**

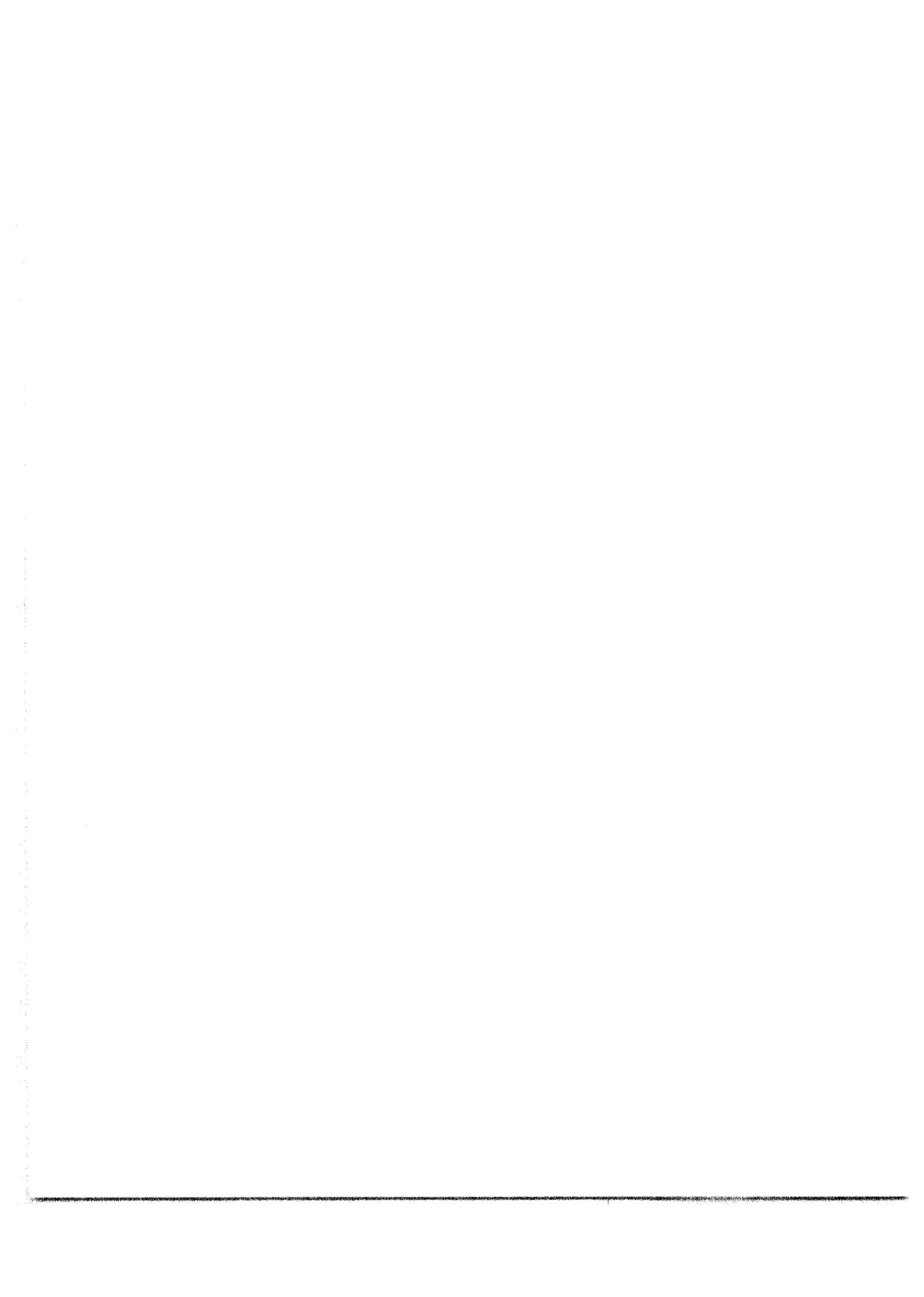


## Compromisos de Cervecería Nacional



¿Quiénes somos?





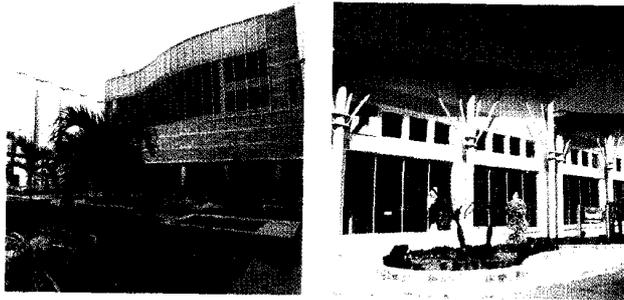
## ¿Quiénes somos?

SABMiller es uno de los grupos líderes del mundo cervecero con operaciones a lo largo de 55 países en los cinco continentes.

El portafolio de nuestra compañía incluye cervezas premium de fama mundial como Pilsner Urquell, Peroni Nastro Azzurro, Miller Genuine Draft y Grolsch. Además, que poseemos una gama de marcas líderes en mercados locales como Águila en Colombia, Miller Lite en Estados Unidos, Snow en China, Tyskie en Polonia y la marca del Ecuador: Pilsener.

SABMiller maneja 35 plantas embotelladoras y 139 cervecerías, incluidas las de Cervecería Nacional, en Quito y Guayaquil. Cuenta con más de 60.000 empleados en el mundo.

En América Latina operamos desde el 2001.



## Cervecerías de SABMiller alrededor del mundo



## Latinoamérica en cifras

2001: Año de inicio de operaciones de SABMiller en Honduras y El Salvador.

2005: Incurción de SABMiller en Colombia, Perú, Ecuador y Panamá.

Total de plantas cerveceras: 17.

Total de plantas embotelladoras: 16.

Consumo promedio de cerveza por persona: 37 litros.

Nómina: 25.389 empleados.

Volúmenes vendidos: 36,8 millones de hectolitros de cerveza rubia y 18,4 millones de hectolitros de bebidas suaves.





### **Operaciones de Cervecería Nacional en el Ecuador**

Estadísticas de Ecuador

Población: 13,6 millones de personas.

Año de inicio de inversión: 2005.

Número de plantas cerveceras: 2 (Quito y Guayaquil).

Capacidad de producción de las plantas: 4,3 millones de hectolitros.

Consumo de cerveza promedio, por persona: 30,4 litros.

Nombre de la compañía: Cervecería Nacional CN S.A.

Cervecería Nacional entró en operaciones el 9 de octubre de 1887.

Presidente: Richard Rushton

[www.cervecerianacional.com.ec](http://www.cervecerianacional.com.ec)

## **Infraestructura**

Las plantas de Cervecería Nacional alcanzan parámetros mundiales por su pasión por la calidad.

Las fábricas de Quito y Guayaquil promueven constantemente procesos que generen una mejora continua en la producción de sus cervezas, bebidas y aguas, cuidando el medio ambiente y protegiendo a sus colaboradores.



Las plantas de Quito y Guayaquil de Cervecería Nacional registran un desempeño operativo de clase internacional. SABMiller las ubicó dentro de las 10 más eficientes en el planeta por sus técnicas para optimizar su rendimiento, reducir su consumo energético, aminorar sus impactos ambientales y protección a sus trabajadores.

## Portafolio

Cervecería Nacional tiene la responsabilidad de promover y desarrollar las marcas ampliamente preferidas por los ecuatorianos en sus momentos de disfrute:



### Cerveza Pilsener

Cerveza rubia tipo pilsen con un grado alcohólico de 4.2° G.L. Tiene un fino sabor amargo y pronunciado aroma de los mejores lúpulos. Es la cerveza más vendida en Ecuador.



### Cerveza Club Premium

Club es Cerveza Ecuatoriana Premium para los consumidores discernientes que buscan disfrutar y gratificarse con una cerveza de reconocida calidad e imagen superior. Club Premium es elaborada por medio de un cuidadoso proceso de elaboración utilizando lúpulos nobles y cebada seleccionada para así ofrecer un sabor distinguido por su fino amargo y aroma. Grado alcohólico de 4,4 GL.



### Cerveza Dorada

Cerveza tipo lager, de largo tiempo de reposo con un sabor amargo muy suave y moderado. Grado alcohólico de 4,0 GL.



### Cerveza Pilsener Light

Cerveza rubia tipo pilsen, suave y ligera de sabor diferente y agradable para disfrutar en cualquier lugar. Grado de alcohol 3,38 gl.



### Cerveza Conquer

Cerveza tipo pilsen producto de una mezcla única de cebada dorada y una perfecta combinación de lúpulos, lo que le da un color dorado oscuro con 4.0 grados de alcohol.



### Pony Malta

Bebida refrescante y nutritiva, no alcohólica.



### Agua Manantial

Agua con y sin gas elaborada con un moderno y exigente proceso que garantiza su pureza, frescura y transparencia.





Compromisos de Cervecería Nacional

















## Renovación imagen cerveza Pilsener

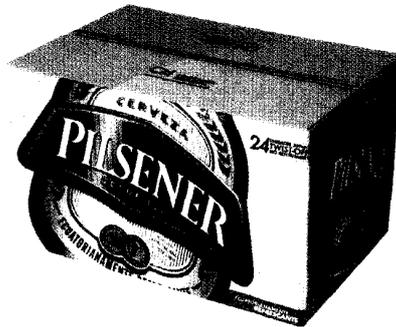
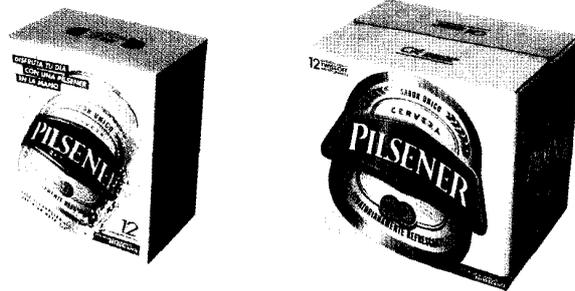
Antes



Ahora



Empaques



**Renovación imagen cerveza Pilsener Light**



## Renovación imagen cerveza Club Premium

Antes



Ahora



Empaques



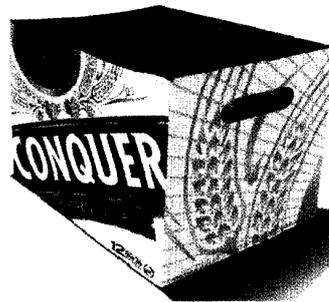
**Activaciones Club Premium:**



**Botella de Vidrio Retornable 550 c.c.**



**Lanzamiento nueva marca: Cerveza Conquer**

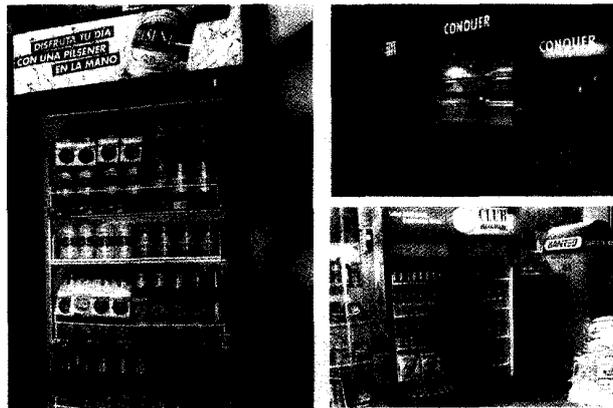


## **Instalaciones de equipos de frío en el 2008**

Cervecería Nacional quiere proveer a sus consumidores de cervezas en perfectas condiciones de temperatura listas para ser consumidas en cualquier momento, por eso está trabajando en la instalación de equipos de frío de las diferentes marcas.

<b>INSTALACIONES 2008 por zonas</b>	
<b>Zona 1</b>	<b>3.000</b>
<b>Zona 2</b>	<b>2.647</b>
<b>Zona 3</b>	<b>3.781</b>
<b>Nacional</b>	<b>9.428</b>

La empresa ha instalado más de 23.000 refrigeradoras en los puntos de venta para garantizar la frescura, visibilidad y accesibilidad de los productos.



La empresa ha desarrollado paralelamente otras acciones para conseguir un mejor desempeño de la cadena de distribución, y así asegurar disponibilidad óptima de nuestros productos en el mercado:

1. Cervecería Nacional puso en marcha un nuevo programa que separa el transporte logístico de la cerveza del proceso de entrega de los productos a los distribuidores y clientes. La compañía invirtió más de 20 millones de dólares para la dotación de una

moderna flota de 70 camiones interbodega de última generación y la renovación de sus centros de distribución para optimizar el transporte de los productos, reduciendo el impacto ambiental y social de las operaciones, incrementando la seguridad en las vías.



VISIBILIDAD 2008 por zonas	
Zona 1	2.985
Zona 2	962
Zona 3	4.556
Nacional	8.503

2. Ha trabajado en la entrega de más de 1.900 paquetes de imagen en las tiendas y micromercados para mejorar sus condiciones de operación y su identificación con el cliente final.



3. Cervecería Nacional igualmente ha modernizado sus plantas para incrementar su capacidad para atender la demanda y mejorar la calidad. Esta inversión ha permitido que nuestras dos plantas ubicadas en Quito y Guayaquil sean consideradas dentro de las 10 mejores plantas en el mundo SABMiller, al finalizar el 2008. Este logro se obtuvo a través de una mejora de los indicadores de calidad, optimización de costos y reducción de pérdidas. Los avances se han traducido igualmente en la aplicación de sistemas de gestión de inocuidad de alimentos y la acreditación de nuestros proveedores.

## Nuestro compromiso con nuestros colaboradores

Cervecería Nacional tiene una fuerza de trabajo integrada por 1.414 trabajadores al cierre del 2008. Seleccionamos empleados para el largo plazo, por lo que ofrecemos una oportunidad desafiante de empleo, un compromiso con el aprendizaje, un ambiente laboral competitivo, un reconocimiento a la innovación y una cultura enfocada a premiar el desempeño.

La empresa busca personal impulsado por los logros, independientes y capaces de generar éxitos. Con las personas involucradas en la distribución de nuestros productos, la compañía genera en total unas 3.046 plazas permanentes en el país.

Puestos de trabajo generados por CN			
	Plantilla Empleados	Reparto	Distribuidores Transp. primario
GYE	863	1589	12
UIO	582		
	1445		1601



La compañía busca una identificación firme con sus trabajadores, logrando así la contribución de todos y hacer un pleno aprovechamiento de los talentos generando sinergia para optimizar un resultado óptimo. Valoramos el bienestar de nuestra gente a través de programas regulares de capacitación por áreas de trabajo y la puesta en marcha de programas y campañas de salud vinculadas con la seguridad ocupacional (prevención del contagio de enfermedades, reducción de ruido, atención en salud primaria).

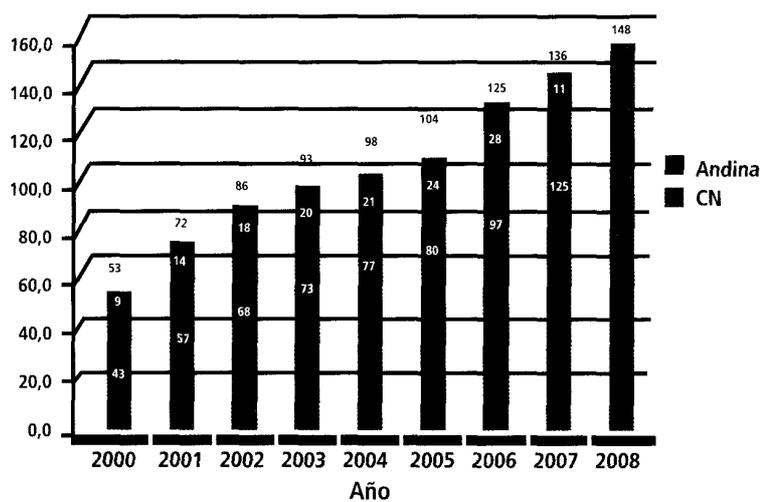
El respeto de los derechos humanos es una constante en la forma de relacionarse de Cervecería Nacional.

### **Respeto de nuestras obligaciones y total apego a la ley**

Cervecería Nacional cumple a cabalidad con todas sus obligaciones tributarias. En el 2008, la compañía recaudó 148 millones de dólares en impuestos para el país, lo que nos ratifica como una de las principales contribuyentes del Ecuador. Para la empresa esto no es un mérito sino una obligación para con la sociedad.

Nuestro aporte a la economía nacional se traduce igualmente en las compras que realizamos a proveedores locales y las inversiones que realizamos para el desarrollo de la industria.

**PAGO DE IMPUESTOS 2000- 2008**



## Nuestro compromiso con el medio ambiente

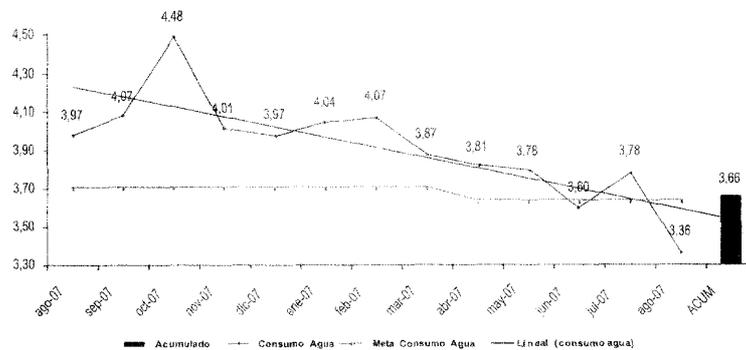
Cervecería Nacional está comprometida con el medio ambiente y lo integra a lo largo de su cadena operativa, que va desde el manejo de las materias primas hasta la distribución de sus productos. La operación ambiental de las plantas de la compañía es avalada por las certificaciones ISO y las inspecciones de SABMiller que las ubican entre las más eficientes del mundo.

En una muestra de la responsabilidad ambiental, la planta de Guayaquil, la más grande del Ecuador, registra un consumo de agua de 3,6 litros para producir un litro de cerveza, lo que la ubica sexta en el mundo dentro de los parámetros fijados por SABMiller para asegurar un uso óptimo del líquido vital. Los mismos lineamientos ambientales se aplican en nuestra planta de Quito.

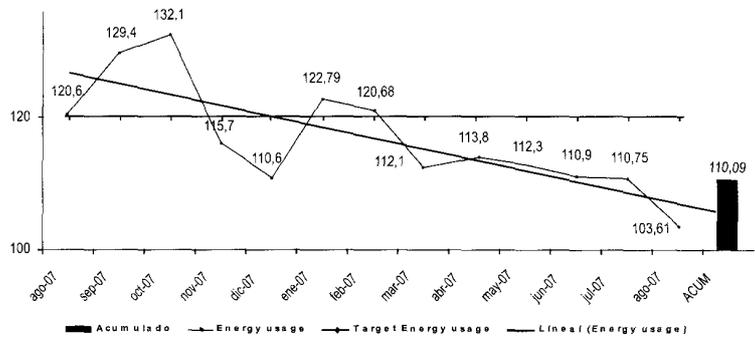
Adicionalmente, trabajamos día a día con estándares exigentes en el tratamiento de las aguas residuales que generamos para reutilizarlas en las diferentes facetas industriales y en minimizar los requerimientos de energía a fin de precautelar el ambiente que rodea nuestras instalaciones y del país.



Consumo de agua Planta Guayaquil



**Evolución del consumo total de Energía (MJ/HI )  
Planta Guayaquil**



La compañía puso en marcha un programa de reciclaje externo para envases de vidrio, plásticos y latas en Guayaquil. La iniciativa cuenta con el apoyo del Municipio de esta urbe y contempla la instalación de estaciones de reciclaje en diversas zonas de la ciudad para impulsar la disposición y reciclaje adecuado de los desechos acorde con su composición y condiciones para su reintroducción en el ciclo de producción. En diciembre del 2008, se recicló más de una tonelada de vidrio en Guayaquil.

El impacto social está en la formalización de la comunidad de los conocidos chamberos y convertirlos en recicladores insertados en la cadena de valor del fabricante de envases. Esto ha permitido además crear una cultura de reciclaje en la gente, preparándonos para los cambios en los patrones de consumo.

**Estación de Reciclaje Barrio Las Peñas Guayaquil**



### **Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y sustentable**

Cervecería Nacional está desarrollando su cadena de suministros a través de negocios inclusivos en siembra de arroz, que busca estabilizar la oferta de la materia prima como adjunto menor al proceso de elaboración.

Al cierre del diciembre de 2008, la empresa promocionó la siembra y cosecha de más de 830 hectáreas con una generación de 938 empleos indirectos, beneficiando directamente la economía de las zonas desarrolladas.

Los efectos de las compras de Cervecería Nacional se sienten en todo el Ecuador. Estamos comprometidos con nuestros proveedores de materias primas y les brindamos un destino seguro a sus bienes y servicios, proporcionando empleo y mejorando las condiciones de vida de las comunidades.

Nuestra atención está centrada en los pequeños agricultores y el desarrollo de microempresas.



<b>Indicadores</b>	<b>Actual</b>	<b>Meta</b>
# Ha. Sembradas 1er Ciclo	460	
# Ha. Sembradas 2do Ciclo	960	2.500
Empleos generados	938	2.500
Beneficiarios	4.690	12.500

**Nuevas Has. desarrolladas**

Nuestro aporte a la economía nacional se traduce igualmente en las compras que realizamos a proveedores locales y las inversiones que realizamos para el desarrollo de la industria.

## ***Nuestro compromiso con la autorregulación***

La comunidad ecuatoriana demanda una creciente autorregulación, compromiso y una actitud distinta de las empresas. Cervecería Nacional se compromete unilateralmente en:

### ***Política de Consumo Responsable***

Seis principios de SABMiller sobre el alcohol

- Nuestras cervezas contribuyen a que la mayoría de nuestros consumidores disfruten la vida.
- Los efectos dañinos del consumo irresponsable del alcohol son parte de nuestras preocupaciones.
- Nosotros comprometemos a nuestros grupos de interés a trabajar colectivamente en promover el consumo responsable del alcohol.
- El consumo de alcohol es para adultos y es una cuestión de juicio personal.
- La información entregada a los consumidores acerca del consumo del alcohol debe ser adecuada y equilibrada.
- Nosotros esperamos que nuestros empleados muestren elevados niveles de conducta en lo referente al consumo de alcohol.





Cervecería Nacional cree que la gente puede disfrutar responsablemente de la cerveza. Además de contribuir al placer social de nuestros consumidores, nosotros reconocemos que los consumidores son en última instancia responsables sobre sus decisiones frente al consumo del alcohol.

  
**MANIFIESTO  
DEL ALCOHOL**

Nuestra reputación  
es indivisible



Cervecería Nacional

### **Manifiesto del alcohol**

Cervecería Nacional considera que tiene un legítimo y positivo papel en promocionar el consumo responsable y ayudar a combatir el abuso del alcohol. A fin de cumplir con estos objetivos, aplica los siguientes principios:

- Tiene una política sobre consumo de alcohol para sus empleados que proporciona pautas para un comportamiento responsable.
- Toma medidas para educar a los vendedores al por menor en el manejo y comercialización responsable de los productos y, particularmente, prevenir su no venta a menores de edad.
- Busca educar a los consumidores en el uso responsable de los productos de la compañía y particularmente de las vinculaciones con el consumo y la conducción de automotores.
- Colabora con las autoridades nacionales e internacionales, y organizaciones no gubernamentales relevantes, para desarrollar controles y programas eficaces para promover el uso responsable del alcohol.



**CÓDIGO DE ÉTICA  
PARA  
EMPLEADOS**  
Aplicación del 8 de Septiembre  
del 2007  
Nuestra reputación  
es indivisible.



### **Código de Ética de empleados**

Velar por la buena reputación de la compañía es una obligación de todos. Tenemos un código de ética donde están establecidos los parámetros que adoptamos, no solo como normas, sino como un estilo de vida del cual nos sentimos orgullosos. Con el objetivo de dar nuestro aporte, para hacer prevalecer nuestro espíritu transparente, en junio del año pasado implementamos la línea gratuita 1-800 ETICA CN.

Este sistema es una vía para que cualquier persona, dentro o fuera de la empresa, pueda unirse a esta lucha con la que queremos reafirmar la rectitud en el comportamiento de cada uno de nuestros trabajadores. El servicio brinda total confidencialidad a los denunciantes.

Además, se sigue un minucioso proceso posterior a la denuncia, que comprende una reunión del Comité de Ética para analizar el caso.

La compañía igualmente habilitó el correo electrónico [eticac.cn@ec.sabmiller.com](mailto:eticac.cn@ec.sabmiller.com) para recabar la información correspondiente.

## Certificaciones

Cervecería Nacional se rige con un Sistema de Gestión Integral (SGI) basado en las certificaciones ISO 9001: 2000, Sistema de Gestión de la Calidad; HACCP, Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control; OHSAS 18000, Sistemas Administrativos de Seguridad y Salud Ocupacional; ISO 14001: 2004, Sistema de Gestión Ambiental; y BASC, Sistema de Gestión en Control y Seguridad Física.

Nuestras certificaciones ratifican nuestro compromiso permanente con el mejoramiento continuo y la responsabilidad social e integral. Avalan la calidad de gestión de Cervecería Nacional. Este proceso es resultado de una cultura de cambio, que la empresa ha venido practicando desde tiempo atrás para lograr mayor eficiencia y productividad, considerando siempre a nuestros colaboradores y la satisfacción de nuestros consumidores como nuestros activos más valiosos.



## **Nuestro compromiso con la comunidad**

Las microempresas son el motor económico del Ecuador. Conocedora de esa realidad, Cervecería Nacional lanzó en el 2008 su programa "Siembra Futuro" como una iniciativa de inversión social que promueve la generación de empleo y el desarrollo de empresas a través de la capacitación y financiamiento a emprendedores.

La convocatoria concitó el interés de 1.575 proyectos de líderes de todo el país. El número de participantes rebasó las expectativas y puso en evidencia la vocación emprendedora de ecuatorianos que batalan contra la falta de capacitación y fuentes de financiamiento en su lucha por poner en marcha sus iniciativas de negocio.

La empresa quiere enfrentar ambos problemas de una manera integral. "Siembra Futuro" promueve así las competencias de los seleccionados, entregándoles herramientas, técnicas y créditos para materializar sus proyectos, que abarcan los más distintos ámbitos.



Tras una serie de evaluaciones, en las que participaron equipos multidisciplinarios, Cervecería Nacional eligió a 150 microempresarios como finalistas de la primera edición de su programa. Los seleccionados recibieron capacitación por ocho semanas en áreas que iban desde estrategias de ventas hasta buenas prácticas empresariales para asegurar el éxito de sus ideas.



Las iniciativas empresariales escogidas por "Siembra Futuro" se caracterizaron por ser altamente promisorias, autosostenibles y una fuente de creación de empleos para poblaciones vulnerables o en zonas económicas deprimidas. Los 150 emprendedores fueron capacitados para potenciar sus habilidades y desarrollar sus proyectos con el aval académico de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).

El siguiente reto de estos emprendedores fue obtener el préstamo que, bajo la figura de capital semilla, Cervecería Nacional ofertó hasta por cinco años plazo y sin intereses a los 30 proyectos que generaran más empleo. Los ganadores de "Siembra Futuro" se designan luego de las jornadas de entrenamiento y la sustentación final de los planes de negocio, en una muestra de la transparencia del programa.

### **Programa de negocios inclusivos**

Al incorporar pequeños empresarios locales en su cadena de valor, las empresas crean empleo y aceleran la transferencia de habilidades. Hacer negocios con las personas de escasos recursos y abrir nuevos mercados implica el determinar el potencial oculto que existe en un mercado inexplorado y significativo, tradicionalmente ignorado a favor de una minoría de clientes de mayores ingresos.

Cervecería Nacional suscribió entonces una alianza con el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo y el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible para contribuir a la superación de la pobreza a través de la incorporación a la economía de ciudadanos de pocos recursos. El proyecto vinculará a los pequeños agricultores con Cervecería Nacional como proveedores comprándoles directamente sus materias primas.

La meta de la empresa es fomentar la producción local, asegurar mercados para los productores y motivar la formación de fuertes asociaciones agrícolas. Con el apoyo de SNV y CEMDES, el proyecto brindará asistencia técnica, capacitación y facilidades para el acceso a microcréditos.



### **Programa de tiendas eficientes**

Cervecería Nacional está auspiciando el programa de tiendas eficientes en Guayaquil. La empresa en conjunción con la Fundación Huancavilca trabaja en un marco participativo e integrador que propicia el éxito de estos pequeños negocios, a través de la capacitación en mercadeo, servicio al cliente, atención al cliente, cierre de ventas, manejo de imagen y marca y conocimiento e inducción al producto.

## **Voluntariado CN**

CN Voluntariado se ha convertido en la vía para juntar esfuerzos y recursos de los trabajadores de la compañía a favor de los más necesitados. Se ha contribuido a programas de mejoras de infraestructura de las escuelas "El Futuro de Carlitos" en Guayaquil y "Carmen Amelia Hidalgo" en Quito como un aporte solidario con el futuro de decenas de niños de escasos recursos económicos.



La labor del grupo de voluntarios de la compañía es incluso reconocida por nuestros proveedores, algunos de ellos nos han donado alimentos y ropa. Durante la crisis provocada por las inundaciones en la Costa, CN Voluntariado distribuyó medicinas de primeros auxilios, vacunas, frazadas recolectadas por los trabajadores de las plantas de Quito y Guayaquil.

### **Apoyo al deporte**

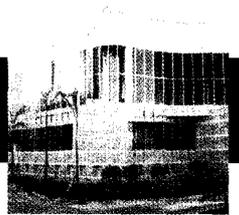
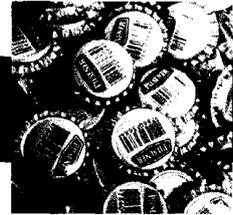
A más de preocuparse por el desarrollo social del país, Cervecería Nacional también se enfoca en patrocinar el deporte, en especial el fútbol, el deporte más popular en Ecuador. Es por eso que en el 2008 apoyó a la Selección Ecuatoriana de Fútbol, al Campeonato Nacional de Fútbol Copa Pilsener y a los principales equipos, incluido Liga Deportiva Universitaria de Quito, campeón de la Copa Libertadores de América.



Otros deportes, como el tenis, también reciben el apoyo de Cervecería Nacional.



Información Financiera 2008





## **Información financiera** **Ejercicio fiscal 2008**

Cervecería Nacional considera a la transparencia como uno de sus principales activos corporativos, por lo que publica regularmente las cifras correspondientes a sus operaciones en el país en una muestra del cumplimiento de la normativa vigente y del respeto a nuestras obligaciones. Nuestro objetivo es divulgar esta información de forma inteligible, para facilitar su uso por parte de los diferentes actores sociales y mostrar así un cuadro fiel de nuestro negocio.

Las ventas de Cervecería Nacional aumentaron a 250,2 millones de dólares en el 2008 frente a los 223,5 millones de dólares reportados el año previo por la venta de cervezas, maltas y aguas. La mejoría en los ingresos y en el desempeño operacional fue contrarrestada parcialmente por mayores costos, que ascendieron a 145,1 millones de dólares desde los 122,5 millones de dólares entre los mismos periodos.

La compañía registró una utilidad neta de 56,3 millones de dólares el año pasado frente a los 57,1 millones de dólares alcanzados en el 2007.

A continuación agregamos la información correspondiente al 2008. Los informes son auditados por la firma PricewaterhouseCoopers.

	Dólares	%
<b>INGRESOS</b>	250.243.769	100%
<b>COSTOS Y GASTOS</b>		
COSTOS DE VENTAS	81.912.826	33%
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	17.661.419	7%
GASTOS DE VENTAS	45.586.354	18%
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	145.160.598	58%
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	105.083.171	42%
OTROS EGRESOS (INGRESOS) NO OPERACIONALES	17.206.477	7%
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA</b>	87.876.694	35%
15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	13.181.505	5%
IMPUESTO A LA RENTA	12.376.357	7%
<b>UTILIDAD NETA</b>	56.318.831	23%

Al cierre del ejercicio, los activos totales de la Compañía suman USD. 285,704,147.

El capital de trabajo al cierre del 2008 es de menos USD 117,147,142.

El índice de liquidez del presente ejercicio es de 0,32 dólares de activo corriente por cada 1 dólar de pasivo corriente.

El valor patrimonial correspondiente a cada acción de Cervecería es de USD \$3,48 por cada acción de 1 dólar.

**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 2008 ascendió a **87.876.699**

La Compañía debe pagar por concepto de Participación Trabajadores e Impuesto a la Renta, la suma de: **31.557.862**

UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS **56.318.837**

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

UTILIDAD REPARTIBLE A LOS ACCIONISTAS **56.318.837**

El Directorio sugiere:

a.-Que esta Junta declare dividendo la totalidad de la utilidad repartible entre los accionistas, que asciende a: **56.318.837**

b.- Que conforme se resolvió en las sesiones de Directorio de junio 26 y octubre 20 del 2008, se distribuyó un total de 28,686,661 equivalente a USD. 1.40 por cada acción, en calidad de anticipo con cargo a las utilidades del Ejercicio 2008, sugiriendo que ahora se reparta entre los accionistas el saldo de tales utilidades, que es de: **27.632.176**

Finalmente debemos informar que todas las disposiciones emanadas de la Junta General de Accionistas y del Directorio de la Empresa han sido cumplidas cabalmente.

Presentamos nuestro agradecimiento, por su presencia en esta Junta, así como a todas las personas que han colaborado eficientemente en la administración de la Compañía.

Edgardo Báez Noguera  
Presidente Junta Directiva

Richard Mark Rushton  
Presidente

INFORME DEL COMISARIO

Señores Miembros de la Junta General Ordinaria de Accionistas de:

CERVECERIA NACIONAL CN S.A.

Febrero 19, 2009

He revisado los estados financieros de la Cervecería Nacional CN S.A., por el ejercicio económico terminado al 31 de diciembre del 2008, así como los libros sociales, las actas de Directorio y de Juntas Generales, hasta esa misma fecha. Los estados financieros son de responsabilidad de la Administración de la Compañía. Mi responsabilidad es expresar una opinión respecto a las cifras presentadas en estos estados financieros y su correspondencia con las registradas en los libros de contabilidad, y, si estos han sido elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados; además, opinar sobre el cumplimiento por parte de los administradores, de las normas legales, estatutarias y reglamentarias de las resoluciones de la Junta General y del Directorio.

El análisis de los estados financieros se efectuó a base de pruebas, para asegurarme de las evidencias que soportan las cantidades y revelaciones presentadas en estos estados financieros, así como la evaluación de su presentación general. Considero que los procedimientos aplicados me permiten expresar un juicio.

En mi opinión, Cervecería Nacional CN S.A., prepara sus estados financieros y lleva sus registros de contabilidad de conformidad a los principios de contabilidad generalmente aceptados y de acuerdo a normas emitidas por la Superintendencia de Compañías. Las cifras presentadas y examinadas están de acuerdo con los registros contables y demuestran razonablemente la posición financiera y el resultado de sus operaciones al 31 de diciembre del 2008. Así mismo expreso que la Administración de la Compañía ha dado cumplimiento a las normas legales, estatutarias y reglamentarias; así como a las resoluciones de la Junta General y del Directorio.

Los procedimientos de control interno aplicados por la Compañía son adecuados, y, su desenvolvimiento a esta fecha, está ajustado a las normas de una correcta administración.

He dado cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 279 de la Ley de Compañías vigente.

Si los señores accionistas requieren información adicional, estaré listo a proporcionarla.

Atentamente,

ECO. ERNESTO ARGUDO MEGGO  
COMISARIO PRINCIPAL

## INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los miembros del Directorio  
y accionistas de

Cervecería Nacional CN S.A.

Guayaquil, 20 de febrero del 2009

1. Hemos auditado los balances generales adjuntos de Cervecería Nacional CN S.A. al 31 de diciembre del 2008 y 2007 y los correspondientes estados de resultados, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas. Estos estados financieros son responsabilidad de la Administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre estos estados financieros basados en nuestras auditorías.
2. Nuestras auditorías fueron efectuadas de acuerdo con las Normas Ecuatorianas de Auditoría. Estas normas requieren que una auditoría sea diseñada y realizada para obtener certeza razonable de si los estados financieros no contienen exposiciones erróneas o inexactas de carácter significativo. Una auditoría incluye el examen, a base de pruebas, de la evidencia que soporta las cantidades y revelaciones presentadas en los estados financieros. Incluye también la evaluación de los principios de contabilidad utilizados y de las estimaciones relevantes hechas por la Administración, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros. Consideramos que nuestras auditorías proveen una base razonable para expresar una opinión.
3. En nuestra opinión, los estados financieros arriba mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Cervecería Nacional CN S.A. al 31 de diciembre del 2008 y 2007 y el resultado de sus operaciones y los cambios en su patrimonio y sus flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, de conformidad con principios de contabilidad generalmente aceptados en el Ecuador.
4. Como se explica en la Nota 22 a los estados financieros adjuntos, CN distribuye los productos que fabrica y/o importa a través de la Compañía relacionada Dinadec S.A., para lo cual mantiene un contrato exclusivo de distribución.

No. de Registro  
en la Superintendencia  
de Compañías: 011

Roberto Tugendhat V.  
Socio  
No. Licencia  
Profesional: 21730

**PRICEWATERHOUSECOOPERS** 

**BALANCE GENERAL**  
**A DICIEMBRE 31**  
**(EXPRESADO EN US\$)**

<b>ACTIVOS</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>	<b>PASIVOS</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE:</b>			<b>PASIVO CORRIENTE:</b>		
CAJA Y BANCOS	406.203	236.001	VENCIMIENTO CORRIENTE DE DEUDA LP	24.281.988	9.534.162
VALORES REALIZABLES	1.941.343	2.550.000	OBLIGACIONES FINANCIERAS	5.000.000	4.710.000
CUENTAS POR COBRAR	22.705.852	26.416.578	CUENTAS POR PAGAR	114.768.361	30.376.502
INVENTARIOS	28.924.899	18.949.593	GASTOS POR PAGAR	6.419.107	8.596.051
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	222.729	3.427.822	OTROS PASIVOS CORRIENTES	20.878.712	18.955.351
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>54,201.026</b>	<b>51,579.994</b>	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>171,348.168</b>	<b>72,172.066</b>
<b>INVERSIONES</b>	<b>6,531.571</b>	<b>6,531.571</b>	DEUDA A LARGO PLAZO	30.338.989	24.840.838
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS</b>			PASIVO A LARGO PLAZO	12,776.101	104,333.177
TERRENOS Y MEJORAS	1,150.632	1,164.992	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>214,463.258</b>	<b>201,346.081</b>
EDIFICIOS	24,560.663	15,158.483	<b>PATRIMONIO</b>		
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	86,990.844	60,643.605	CAPITAL SOCIAL	20,490.472	20,490.472
ENVASES	23,794.385	18,203.781	RESERVA LEGAL	10,245.236	10,245.236
OBRAS EN PROCESO	10,957.092	18,869.935	RESERVA DE CAPITAL	4,570.617	4,570.617
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	(49,065.705)	(41,865.637)	RESERVA VOL. LIBRE DISP.	8,300.000	8,300.000
<b>TOTAL PROP. PLANTA Y EQUIPOS</b>	<b>98,387.911</b>	<b>72,175.159</b>	UTILIDADES RETENIDAS	2.388	2.388
OTROS ACTIVOS Y CARGOS DIFERIDOS	126,583.639	134,946.995	UTILIDAD DEL EJERCICIO	56,318.837	57,161.775
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>285,704.147</b>	<b>265,233.719</b>	ANTICIPO A DIVIDENDOS	(28,686.661)	(36,882.850)
			<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>71,240.889</b>	<b>63,887.638</b>
			<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>285,704.147</b>	<b>265,233.719</b>

Richard Mark Rushton  
PRESIDENTE

Stephen James Park  
VICEPRESIDENTE FINANCIERO

Favian Freire Faustos  
CONTADOR GENERAL  
REG N° 29656

**ESTADO DE RESULTADOS**  
**PERIODO: ENERO 1 A DICIEMBRE 31**  
**(EXPRESADO EN US\$)**

<b>INGRESOS</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>
Ventas de Cervezas, Maltas y Aguas	248.035.631	222.300.283
Ventas de Subproductos y Serv. Marketing	2.208.138	1.281.759
<b>Total Ingresos</b>	<b>250.243.769</b>	<b>223.582.042</b>
<b>Costos y Gastos</b>		
Costo de Ventas	81.912.826	64.423.848
Gastos de Administración	17.661.418	20.042.230
Gastos de Ventas	45.586.354	38.035.856
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>145.160.598</b>	<b>122.501.934</b>
Utilidad Operacional	105.083.171	101.080.108
Otros Egresos (Ingresos) No Operacionales	17.206.472	9.924.515
<b>Utilidad antes de participación trabajadores e impuesto a la renta</b>	<b>87.876.699</b>	<b>91.155.593</b>
15% Participación Trabajadores	13.181.505	13.673.339
Impuesto a la Renta	18.376.357	20.320.479
<b>Utilidad Neta</b>	<b>56.318.837</b>	<b>57.161.775</b>

**Directorio**

**Presidente**

Edgardo Báez Noquera

**Vicepresidente**

Barry Smith

Mauricio Restrepo

Gonzalo Vorbeck

Eduardo Sosa

Richard Rushton

Stephen Park

**Comisario**

Ernesto Argudo Meggo

**Audidores externos**

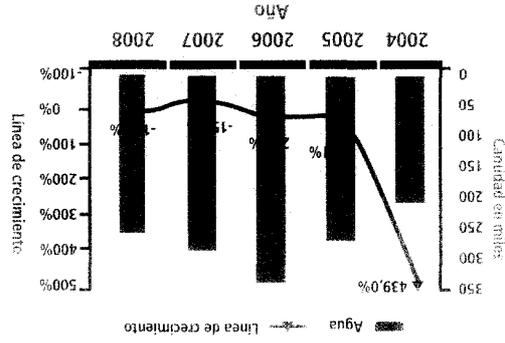
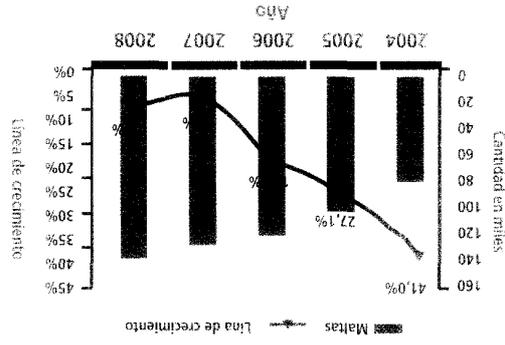
PriceWaterHouse Coopers

## Nuestro compromiso con clientes y consumidores

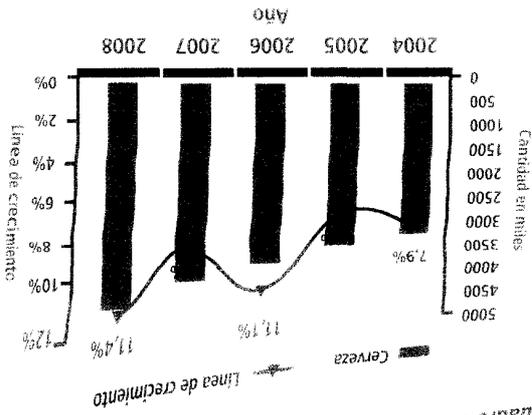
El compromiso con nuestro consumidor y cliente es nuestro máximo valor. La estructura de la compañía está orientada a satisfacerlos. Cervecería Nacional entrega productos de la mejor calidad al mercado, a un precio competitivo y en condiciones óptimas.



Cervecería Nacional renovó sus marcas para acercarse a los consumidores y responder a sus necesidades. Entre el 2007 y 2008, la empresa ha renovado la imagen de Pilsener, Pilsener Light, Club Premium e introducido nuevas presentaciones de sus marcas líderes o lanzado marcas, como Conquer, para distintos segmentos de clientes.



Las ventas de nuestro portafolio de Cervezas crecieron en un 11,4% por ciento con respecto al 2007, debido entre otros factores, a la implementación exitosa de la estrategia de renovación de la imagen de nuestras dos marcas principales: Pilsener y Club Premium. Por otra parte, en la categoría refrescos, las malvas crecieron 7,7% y aunque el volumen total de agua decreció, este fue resultado de un entoque en la mejora de la rentabilidad de la categoría.



Cuadro Comparativo Ventas Anuales