



PARA SU PUBLICACIÓN INMEDIATA

Para mayor información contactar:
Luis Eduardo Bravo / Macarena Gili
Gerencia de Relación con Inversionistas
Compañía Cervecerías Unidas S.A.
www.ccu-sa.com
(56-2) 427-3581 ó 427-3416

CCU PRESENTA SUS RESULTADOS CONSOLIDADOS AL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO 2006

PRIMER TRIMESTRE

**Ingresos de explotación suben 7,5%, Resultado operacional aumenta 4,3%,
EBITDA⁽¹⁾ sube 2,8%, Utilidad neta mejora 3,1% a US\$0,61 por ADR**

(Santiago, Chile, 28 de abril de 2006) -- CCU (NYSE: CU) anunció hoy sus resultados financieros consolidados para el primer trimestre de 2006, expresados según los principios contables generalmente aceptados ("PCGA") en Chile. Todas las cifras expresadas en dólares se basan en el tipo de cambio efectivo al 31 de marzo de 2006 (US\$1,00 = Ch\$526,18).

COMENTARIOS DEL GERENTE GENERAL

Durante el primer trimestre de 2006 los ingresos por ventas continuaron con su positiva tendencia, aumentando 7,5% en relación al primer trimestre de 2005, llegando a \$139.282 millones. Estos buenos resultados se explican por volúmenes consolidados que crecieron 5,6% y el precio promedio que se incrementó 2,0%.

(1) Del inglés "Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization (utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización). Se utiliza para el cálculo del EBITDA, el resultado operacional más depreciación y amortización operacional. El cálculo del EBITDA no tiene como base los principios contables generalmente aceptados (PCGA). Los montos derivados de su cálculo son hechos con cifras incluidas en los estados financieros históricos. El EBITDA es presentado como información adicional porque la gerencia cree que es útil al evaluar los resultados de la Compañía. El EBITDA es útil en la evaluación del funcionamiento operacional de la Compañía al compararlo con otras empresas, dado que su cálculo elimina los efectos de financiamiento, impuestos a la renta y contabilización de los gastos de capital incurridos, los que pueden variar por motivos no relacionados a las operaciones de la Compañía. Cuando se analiza el desempeño operacional de la Compañía, los inversionistas deben considerarlo como una herramienta complementaria, y no alternativa, al resultado operacional y utilidad neta, considerando que estos son definidos por los PCGA. Los inversionistas también deben notar que el EBITDA presentado por CCU no es necesariamente comparable con indicadores similares usados por otras empresas. La conciliación del EBITDA con el ingreso operacional se presenta en los anexos 1 y 2.

El crecimiento en volúmenes, al igual que el segundo semestre de 2005, estuvo apoyado por una mayor inversión en marketing en los distintos segmentos de negocio, reflejando el compromiso de CCU de competir a través de la creación de valor de marca para asegurar la sustentabilidad de la Compañía en el largo plazo.

Durante el primer trimestre de 2006 todos los segmentos mejoraron sus resultados, con la excepción de vinos. Sin considerar Viña San Pedro (VSP), afectada por la apreciación del peso chileno y la disminución de volúmenes en el mercado doméstico, el resultado operacional de CCU hubiese crecido 9,5% en vez del 4,3% que efectivamente aumentó.

El segmento de cervezas en Chile tuvo un buen desempeño durante el trimestre, con un aumento de 7,1% en su resultado operacional, explicado principalmente por los ingresos por ventas que crecieron 9,4%, como consecuencia de incrementos de 8,1% en volúmenes y 1,1% en precios. Durante este período todas nuestras marcas claves tuvieron un positivo desarrollo.

El segmento cervezas en Argentina mejoró su resultado operacional 4,4% medido en pesos chilenos, sin embargo en dólares, nuestra filial en Argentina aumentó su resultado operacional 19,2%. Esta diferencia se explica por la apreciación del peso chileno.

A pesar que el resultado operacional del segmento gaseosas, agua mineral y néctares estuvo en línea con el del año pasado creciendo 0,7%. En este negocio cabe destacar el buen desempeño de "Mas" de Cachantun –el cual explica el crecimiento de 21,7% en los volúmenes de agua mineral durante el primer trimestre de 2006–, así como el de néctar Watt's y Gatorade que aumentaron sus volúmenes en el mismo período 20,2% y 80,5%, respectivamente.

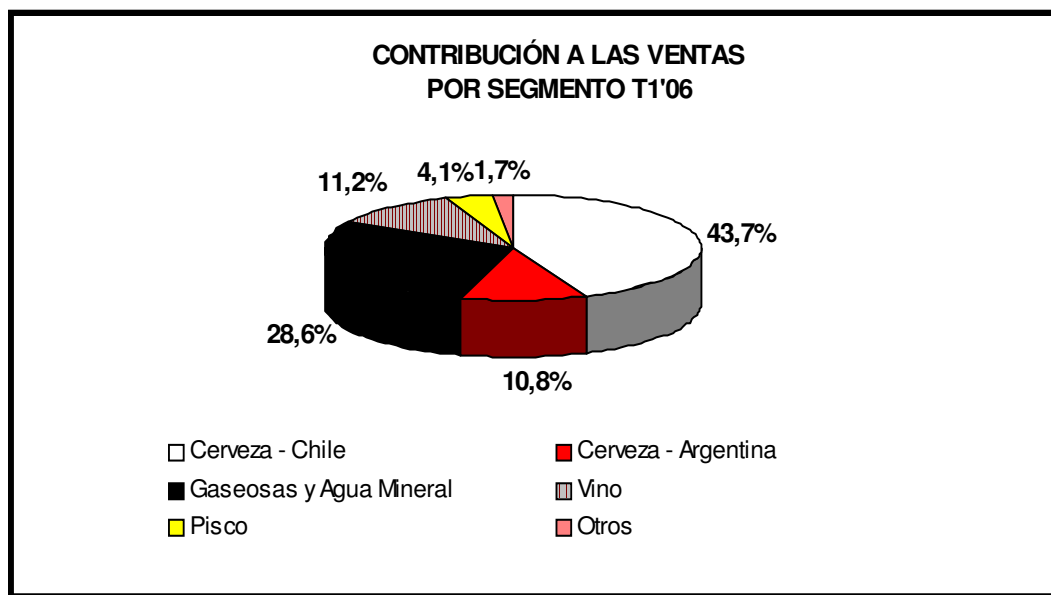
La rentabilidad del segmento vinos se vio afectada principalmente por la apreciación del peso chileno, el cual se revaluó 9,0% durante el primer trimestre de 2006, lo que representó Ch\$52 menos por cada dólar exportado por VSP. Adicionalmente, este trimestre los volúmenes del mercado doméstico –al igual que los de toda la industria– se vieron afectados por los elevados precios internos, para compensar los elevados costos de la vendimia de 2005. Estos efectos negativos fueron parcialmente compensados por aumentos de 6,7% en los precios promedios de exportación medidos en dólares. VSP continuará poniendo foco en distribución, creación de valor de marcas, enología e innovación, para retomar la senda de crecimiento en el mediano plazo. Así mismo, la viña debe adaptarse para operar con un peso más fuerte y un dólar más débil. Adicionalmente, los menores costos esperados para la vendimia 2006 deberían ayudar a mejorar los márgenes durante la segunda mitad del año.

Finalmente, en el negocio del pisco, Pisconor se asoció con Control para formar Compañía Pisquera de Chile S.A. Este segmento mejoró en forma significativa su rentabilidad aumentando su resultado operacional durante el primer trimestre en \$1.036 millones, lo cual nos hace estar optimistas respecto del futuro de este negocio.

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO (Anexo 1)

INGRESOS DE EXPLOTACION

T1'06 Los ingresos de explotación aumentaron 7,5%, alcanzando a Ch\$139.282 millones (US\$264,7 millones), producto de aumentos de 7,8% en los ingresos de explotación de los productos principales, parcialmente compensados por ingresos 2,3% menores de otros productos. El crecimiento de los productos principales es resultado de un aumento de 5,6% en los volúmenes consolidados y de 2,0% en el precio promedio. El crecimiento del volumen consolidado se explica por aumentos de 8,1% en cervezas en Chile, 6,6% en el segmento de bebidas gaseosas, 48,8% en el negocio del pisco y 1,1% en cervezas en Argentina, parcialmente compensado por menores volúmenes en el segmento de vinos. El aumento en el precio promedio se explica por mayores precios en cervezas en Chile, pisco y agua mineral, parcialmente compensado por menores precios en las otras categorías.



Ventas Netas por Segmento

	Primer Trimestre (US\$MM)				% Var.
	2005		2006		
Cerveza - Chile	105,6	42,9%	115,6	43,7%	9,4%
Cerveza - Argentina	29,2	11,8%	28,7	10,8%	-1,6%
Gaseosas y Agua Mineral	69,8	28,3%	75,7	28,6%	8,4%
Vino	33,9	13,8%	29,7	11,2%	-12,5%
Pisco	4,1	1,7%	10,8	4,1%	160,9%
Otros	3,7	1,5%	4,4	1,7%	18,2%
TOTAL	246,3	100,0%	264,7	100,0%	7,5%

MARGEN DE EXPLOTACION

T1'06 Aumentó 9,7% alcanzando a Ch\$77.980 millones (US\$148,2 millones), como consecuencia de mayores ingresos de explotación de 7,5%, parcialmente compensados por un aumento de 4,8% en el **costo de explotación** que alcanzó a Ch\$61.302 millones (US\$116,5 millones). El costo de explotación, como porcentaje de las ventas, disminuyó 1,1 puntos llegando a 44,0%. Esta disminución, con excepción del vino, se explica por todos los segmentos de negocio, los cuales se beneficiaron por un menor tipo de cambio y la dilución de algunos costos fijos. El margen de explotación, como porcentaje de las ventas, aumentó en T1'06 desde 54,9% hasta 56,0%.

RESULTADO OPERACIONAL

T1'06 Alcanzó a Ch\$26.808 millones (US\$50,9 millones), 4,3% superior al obtenido en T1'05, debido a mejores márgenes de explotación, parcialmente compensados por mayores gastos de administración y ventas (GAV). Los **GAV** alcanzaron a Ch\$51.172 millones (US\$97,3 millones) en T1'06, 12,7% mayores comparados con T1'05 debido a mayores gastos de marketing y distribución. Los GAV como porcentaje de las ventas aumentaron de 35,0% en T1'05 a 36,7% en T1'06. Como consecuencia, el margen operacional consolidado del período disminuyó de 19,8% a 19,2%.



*No incluye vino que tuvo resultado operacional negativo.

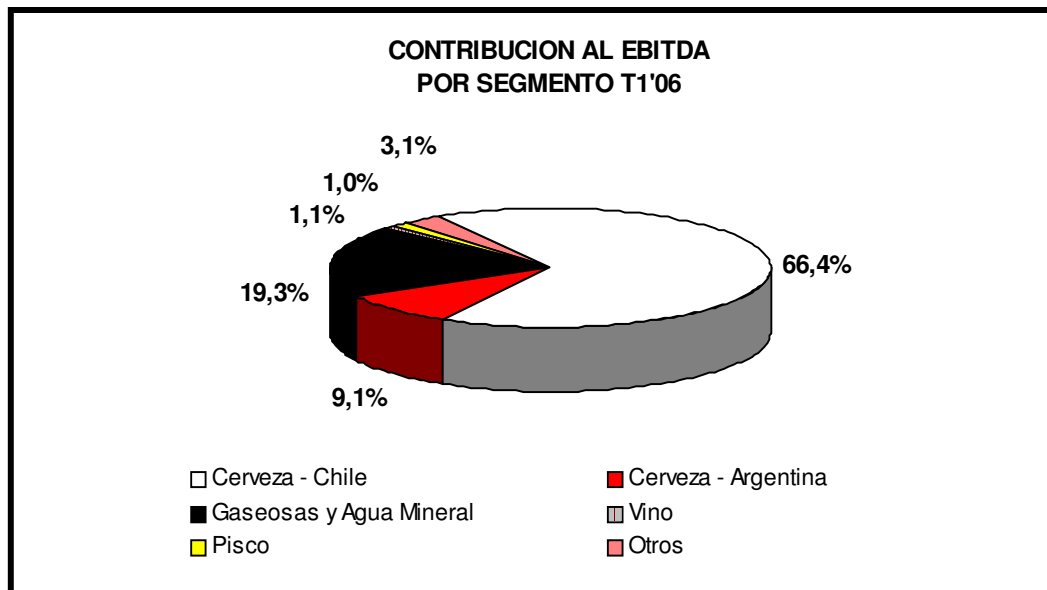
Resultado Operacional y Margen Operacional por Segmento

	Primer Trimestre				
	Resultado Operacional (millones de US\$)			Margen Operacional	
	2005	2006	% Var.	2005	2006
Cerveza - Chile	35,6	38,1	7,1%	33,7%	33,0%
Cerveza - Argentina	3,6	3,7	4,4%	12,2%	13,0%
Gaseosas y Agua Mineral	8,8	8,9	0,7%	12,6%	11,7%
Vino	1,0	-1,6	NM	2,8%	-5,5%
Pisco	-1,7	0,2	NM	-41,8%	2,3%
Otros	1,7	1,6	-3,2%	45,6%	37,3%
TOTAL	48,9	50,9	4,3%	19,8%	19,2%

EBITDA

T1'06

Aumentó 2,8% con relación a T1'05, alcanzando a Ch\$37.087 millones (US\$70,5 millones), mientras que el margen EBITDA consolidado (EBITDA como porcentaje de las ventas) estuvo 1,2 puntos porcentuales por debajo de T1'05, alcanzando a 26,6% en T1'06. Este trimestre, continuando con el criterio aplicado desde T3'05, la depreciación de activos agrícolas y barricas, que se incluye en los costos directos del vino, fue considerada en el cálculo del EBITDA. Este criterio ha sido aplicado a las cifras de 2005 para facilitar la comparación entre ambos periodos.



EBITDA por Segmento

	Primer Trimestre				
	EBITDA (millones de US\$)			Margen EBITDA	
	2005	2006	% Var.	2005	2006
Cerveza - Chile	44,6	46,8	5,0%	42,2%	40,5%
Cerveza - Argentina	6,4	6,4	0,1%	21,9%	22,3%
Gaseosas y Agua Mineral	13,7	13,6	-0,8%	19,7%	18,0%
Vino	3,3	0,8	-76,5%	9,6%	2,6%
Pisco	-1,6	0,7	NM	-39,4%	6,4%
Otros	2,2	2,2	0,1%	60,0%	50,8%
TOTAL	68,5	70,5	2,8%	27,8%	26,6%

RESULTADO NO OPERACIONAL

T1'06 Aumentó Ch\$71 millones (US\$0,1 millones) en comparación al mismo trimestre del año anterior, desde una pérdida de Ch\$1.375 millones (US\$2,6 millones) a una pérdida de Ch\$1.304 millones (US\$2,5 millones). El mayor resultado no operacional se explica principalmente por:

- **Diferencias de cambio**, que mejoró desde una pérdida de Ch\$ 469 millones (US\$0,9 millones) a una pérdida de Ch\$197 millones (US\$0,4 millones), principalmente como consecuencia de la política de cobertura de flujos esperados en moneda extranjera de VSP.
- **Corrección monetaria**, que mejoró desde una pérdida de Ch\$286 millones (US\$0,5 millones) hasta una ganancia de Ch\$481 millones (US\$0,9 millones) en T1'06, principalmente por menor inflación negativa durante el trimestre.
- **Otros ingresos/egresos no operacionales**, que aumentaron desde una ganancia de Ch\$27 millones (US\$0,1 millones) en T1'05 hasta una ganancia de Ch\$171 millones (US\$0,3 millones) este trimestre, principalmente debido a utilidades no recurrentes por la venta de activos fijos durante T1'06.

Estos efectos positivos fueron parcialmente compensados por:

- **Gastos financieros netos**, que mejoraron desde una pérdida de Ch\$706 millones (US\$1,3 millones) en T1'05 a una pérdida de Ch\$919 millones (US\$1,7 millones) en T1'06, debido principalmente a una mayor deuda relacionada con el negocio del pisco.

UTILIDAD NETA

T1'06 Mejoró 3,1% en relación con T1'05, alcanzando Ch\$20.414 millones (US\$38,8 millones), como consecuencia de un mayor resultado operacional, interés minoritario positivo y una mejora en el resultado no operacional, parcialmente compensado por mayor impuesto a la renta, explicado por los mejores resultados obtenidos en Chile y Argentina.

SEGMENTOS (Anexo 2)

Los ingresos de explotación y márgenes operacionales se presentan separados por segmentos de negocio. Los ingresos de explotación para cada segmento de negocio son clasificados de acuerdo a si provienen de la venta de productos principales del segmento o de otros productos. Los resultados de las divisiones de envases plásticos y confites han sido incluidos en el segmento "otros". En este segmento, las ventas intercompañías han sido eliminadas. Las ventas de los productos de Control realizadas durante la segunda mitad de marzo 2005 no están consolidadas en los resultados de CCU durante T1'05. Los gastos de la matriz son prorrateados en los segmentos individuales de negocio basándose en los acuerdos de nivel de servicios. Los costos de Transportes CCU, la filial que se encarga de la logística, que no están directamente relacionados con cada segmento de negocios, son prorrateados de acuerdo a las cajas trasladadas de cada producto.

(** Nota: Los comentarios a continuación respecto de volúmenes y precios se refieren a T1'06.)

CERVEZA EN CHILE

Ingresos de explotación aumentaron 9,4% totalizando Ch\$60.813 millones (US\$115,6 millones), como consecuencia de mayores volúmenes de venta y precio promedio equivalentes a 8,1% y 1,1%, respectivamente.

Resultado operacional alcanzó a Ch\$20.062 millones (US\$38,1 millones), aumentando 7,1% respecto a T1'05, principalmente como consecuencia de mayores ingresos de explotación, parcialmente compensados por mayores costos de explotación y GAV. Los **costos de explotación** crecieron 6,7% en comparación con T1'05, totalizando Ch\$20.303 millones (US\$38,6 millones), principalmente debido a mayores costos directos como consecuencia de mayores volúmenes, un mayor mix de productos desechables y mayores gastos de energía, parcialmente compensados por una menor depreciación. Como porcentaje de las ventas, los costos de explotación disminuyeron de 34,3% a 33,4% debido al positivo efecto de un dólar más débil y a la dilución

de algunos costos fijos. Los **GAV** aumentaron 14,8%, llegando a Ch\$20.448 millones (US\$38,9 millones), alcanzando 33,6% de las ventas, 1,6 puntos porcentuales por encima de T1'05, principalmente como consecuencia de mayores gastos de marketing y distribución. El margen operacional disminuyó desde 33,7% hasta 33,0%.

EBITDA aumentó 5,0% llegando a Ch\$24.630 millones (US\$46,8 millones), mientras que el margen EBITDA fue 40,5%, 1,7 puntos porcentuales por debajo de lo obtenido en T1'05.

Comentarios El volumen de ventas tuvo un desempeño muy positivo, aumentando 8,1%. Las principales marcas aumentaron sus ventas, destacando los incrementos de Cristal, Escudo, Heineken y Kuntsmann. El aumento en los volúmenes estuvo apoyado por una mayor inversión en el valor de marca a través de un mayor gasto en marketing y por acciones promocionales en supermercados.

CERVEZA EN ARGENTINA

Ingresos de explotación disminuyeron 1,6%, totalizando Ch\$15.094 millones (US\$28,7 millones), debido a una caída de 2,0% en los precios promedio medidos en pesos chilenos, parcialmente compensado por un aumento en el volumen de venta de 1,1%. En dólares los ingresos de explotación aumentaron 15,2% y los precios promedio 14,3%.

Resultado operacional aumentó 4,4% desde Ch\$1.879 millones (US\$3,6 millones) en T1'05 a Ch\$1.961 millones (US\$3,7 millones) en T1'06, como consecuencia de menores costos de explotación, parcialmente compensados por menores ingresos y mayores GAV. El **costo de explotación**, medido en pesos chilenos disminuyó 8,8%, totalizando Ch\$6.697 millones (US\$12,7 millones). En dólares, el costo de explotación aumentó 6,5%, pero como porcentaje de las ventas disminuyó de 47,9% a 44,4%. Los **GAV**, medidos en pesos chilenos, aumentaron 5,2%, desde Ch\$6.116 millones (US\$11,6 millones) hasta Ch\$6.436 millones (US\$12,2 millones), principalmente debido a mayores gastos de marketing. Como porcentaje de las ventas, los GAV aumentaron de 39,9% hasta 42,6%. El margen operacional aumentó desde 12,2% a 13,0%. El resultado operacional en dólares creció 19,2%.

EBITDA aumentó 0,1% de Ch\$3.360 millones (US\$6,4 millones) a Ch\$3.362 millones (US\$6,4 millones) este trimestre, mientras el margen EBITDA mejoró 0,4 puntos, alcanzando 22,3%, comparado con 21,9% en T1'05.

Comentarios La rentabilidad de este segmento continúa mejorando, con mayores volúmenes y mejores precios medidos en dólares. Los precios promedio en dólares aumentaron desde US\$37 por HL en T1'05 hasta US\$43 por HL en T1'06. Budweiser y Heineken fueron las marcas de mejor desempeño durante el trimestre, con lo que los volúmenes de CCU Argentina crecieron más que lo estimado para la industria.

GASEOSAS, NECTARES Y AGUA MINERAL

Ingresos de explotación aumentaron 8,4%, alcanzando Ch\$39.806 millones (US\$75,7 millones), debido a un crecimiento en los volúmenes de venta y en los precios promedio de 6,6% y 1,7%, respectivamente.

Resultado operacional aumentó 0,7% desde Ch\$4.625 millones (US\$8,8 millones) en T1'05 hasta Ch\$4.657 millones (US\$8,9 millones) este trimestre, como consecuencia de mayores ingresos, parcialmente compensados por mayores costos de explotación y GAV. El **costo de explotación** aumentó 5,1%, totalizando Ch\$18.375 millones (US\$34,9 millones), principalmente debido a mayores costos directos del agua mineral y néctares relacionados con mayores volúmenes, parcialmente compensados por menores costos directos en gaseosas debido a la apreciación del peso chileno. Los costos de explotación disminuyeron como porcentaje de las ventas desde 47,6% hasta 46,2%. Los **GAV** aumentaron 14,7%, totalizando Ch\$16.774 millones (US\$31,9 millones), principalmente debido a mayores gastos de marketing y distribución. El margen operacional disminuyó desde 12,6% a 11,7% en T1'06.

EBITDA disminuyó 0,8%, desde Ch\$7.218 millones (US\$13,7 millones) en T1'05 hasta Ch\$7.160 millones (US\$13,6 millones) en T1'06. El margen EBITDA cayó de 19,7% en T1'05 a 18,0% este trimestre.

Comentarios Los volúmenes de venta de agua mineral, néctares y Gatorade tuvieron un desempeño muy positivo. Agua mineral creció 21,7%, explicado principalmente por "Mas" de Cachantun, que en febrero introdujo un nuevo sabor citrus naranja. Néctares continuó con la tendencia positiva mostrada en los últimos años, creciendo sus volúmenes 20,2%. Asimismo, Gatorade aumentó sus volúmenes 80,5% durante el trimestre. En febrero, Pepsi fue auspiciador oficial del Festival Internacional de la Canción de Viña del Mar, el festival más importante de Chile.

VINOS

Ingresos de explotación disminuyeron 12,5%, totalizando Ch\$15.604 millones (US\$29,7 millones), debido a una disminución de 10,3% en los ingresos de vino envasado y de 34,7% en los ingresos de vino a granel. La disminución de los ingresos de vino envasado se explica por menores volúmenes y precios en exportaciones de vino de Chile, esto último explicado por la apreciación del peso chileno ya que los precios promedio en dólares aumentaron 6,7% y por menores volúmenes de venta en el mercado doméstico afectado por los elevados precios internos. En el caso de Finca La Celia (Argentina), sus precios en pesos chilenos disminuyeron 9,4% y sus volúmenes 7,3%.

Resultado operacional disminuyó Ch\$1.358 millones (US\$2,6 millones), a una pérdida de Ch\$858 millones (US\$1,6 millones) en T1'06, debido principalmente a menores ingresos de explotación, parcialmente compensados por menores costos de explotación y GAV. El **costo de explotación** disminuyó 6,9% desde Ch\$12.192 millones (US\$23,2 millones) en T1'05 hasta Ch\$11.346 millones (US\$21,6 millones) este trimestre, debido principalmente a menores costos directos por los menores niveles de venta. Como porcentaje de las ventas, el costo de explotación aumentó desde 68,4% a 72,7%, debido a mayores costos de la vendimia de 2005. Los **GAV** permanecieron estables, disminuyendo 0,3%, llegando a Ch\$5.117 millones (US\$ 9,7 millones). Como porcentaje de las ventas, los GAV aumentaron desde 28,8% a 32,8%. De esta forma, el margen operacional disminuyó de 2,8% en T1'05 a un negativo 5,5% en T1'06.

EBITDA disminuyó Ch\$1.309 millones (US\$2,5 millones) a Ch\$403 millones (US\$0,8 millones), mientras el margen EBITDA disminuyó de 9,6% a 2,6%.

Comentarios La rentabilidad de este segmento se ha visto afectada principalmente por la apreciación del peso chileno, el cual se revaluó 9,0% durante el primer trimestre de 2006, lo que representó Ch\$52 menos por cada dólar exportado por VSP. La apreciación del peso chileno neutralizó el cambio en dólares del precio promedio de exportación el cual creció 6,7% durante el trimestre. Adicionalmente, este trimestre los volúmenes del mercado doméstico –al igual que los de toda la industria– se vieron afectados por los elevados precios internos comparados con los sustitutos, como la cerveza, para compensar los elevados costos de la vendimia de 2005. VSP continuará poniendo foco en distribución, creación de valor de marcas, enología e innovación, para retomar la senda de crecimiento en el mediano plazo. Así mismo, la viña debe adaptarse para operar con un peso más fuerte y un dólar más débil. Adicionalmente, los menores costos esperados de la vendimia 2006 deberían ayudar a mejorar los márgenes durante la segunda mitad del año.

PISCO

Ingresos de explotación aumentaron 160,9%, totalizando Ch\$5.666 millones (US\$10,8 millones), debido a un aumento de los volúmenes de venta de 48,8% y del precio promedio de 27,8%. Los mayores volúmenes son consecuencia de la asociación entre Pisconor y Control, que creó Compañía Pisquera de Chile en marzo de 2005. Los mayores precios se explican por menores descuentos en la industria y una mayor variedad de productos premium.

Resultado operacional aumentó Ch\$1.036 millones (US\$2,0 millones) desde una pérdida de Ch\$908 millones (US\$1,7 millones) a una ganancia de Ch\$128 millones (US\$0,2 millones) en T1'06, debido principalmente a los mayores

ingresos de explotación, parcialmente compensados por mayores costos de explotación y GAV. Los **costos de explotación** aumentaron 104,7% alcanzando Ch\$3.402 millones (US\$6,5 millones) en T1'06, principalmente por aumentos en volúmenes y capacidad productiva. Sin embargo, como porcentaje de las ventas disminuyeron de 76,5% a 60,0%. Los **GAV** aumentaron 50,6% alcanzando Ch\$2.136 millones (US\$4,1 millones) en T1'06, sin embargo, como porcentaje de las ventas disminuyeron de 65,3% a 37,7% debido a la dilución de costos fijos y menores gastos de marketing. Por lo tanto, el margen operacional mejoró desde un negativo 41,8% durante T1'05 hasta un positivo 2,3% durante T1'06.

EBITDA mejoró Ch\$1.221 millones (US\$2,3 millones), desde una pérdida de Ch\$856 millones (US\$1,6 millones) en T1'05 a una ganancia de Ch\$365 millones (US\$0,7 millones) en T1'06, mientras el margen EBITDA mejoró de un negativo 39,4% a un positivo 6,4%.

Comentarios La creación de Compañía Pisquera de Chile, que fusionó las operaciones de Pisconor y Control el 14 de marzo de 2005, permitió que la nueva compañía alcanzara alrededor de la mitad del mercado del pisco nacional, aumentando su importancia dentro de las operaciones consolidadas de CCU. Esta asociación explica los aumentos de los ingresos, costos y gastos dentro del segmento del pisco, ya que se compara con la operación de sólo Pisconor durante todo el primer trimestre de 2005. Durante este trimestre, los resultados de este segmento continuaron mejorando con un aumento de Ch\$1.036 millones (US\$2,0 millones) en el resultado operacional, como consecuencia del aumento de precios en toda la categoría, y del mayor mix de venta de productos premium, así como las sinergias provenientes de la consolidación entre Pisconor y Control y el uso de los servicios compartidos de CCU.

(A continuación se incluyen tres tablas)

Anexo 1: Estado de Resultados (Primer trimestre 2006)

	Millones de Ch\$		Millones de US\$ (1)		% Cambio
	Mar-31-2006	Mar 31-2005	Mar-31-2006	Mar 31-2005	
Ventas netas	139.282	129.596	264,7	246,3	7,5%
Costos de explotación	(61.302)	(58.489)	(116,5)	(111,2)	4,8%
% de las ventas	44,0%	45,1%	44,0%	45,1%	
Margen bruto	77.980	71.107	148,2	135,1	9,7%
% de las ventas	56,0%	54,9%	56,0%	54,9%	
Gastos de adm. y ventas	(51.172)	(45.397)	(97,3)	(86,3)	12,7%
% de las ventas	36,7%	35,0%	36,7%	35,0%	
Resultado operacional	26.808	25.710	50,9	48,9	4,3%
% de las ventas	19,2%	19,8%	19,2%	19,8%	
Resultado no operacional					
Ingresos financieros	964	997	1,8	1,9	-3,3%
Resultado empresas relacionadas	11	65	0,0	0,1	-82,7%
Otros ingresos no operacionales	269	142	0,5	0,3	89,6%
Amortización de goodwill	(852)	(578)	(1,6)	(1,1)	47,4%
Gastos financieros	(1.883)	(1.703)	(3,6)	(3,2)	10,5%
Otros gastos no operacionales	(98)	(114)	(0,2)	(0,2)	-14,4%
Corrección monetaria	481	286	0,9	0,5	68,4%
Diferencias de cambio	<u>(197)</u>	<u>(469)</u>	<u>(0,4)</u>	<u>(0,9)</u>	-58,0%
Total	(1.304)	(1.375)	(2,5)	(2,6)	-5,2%
Utilidad antes de impuestos	25.504	24.335	48,5	46,2	4,8%
Impuesto a la renta	(5.321)	(4.324)	(10,1)	(8,2)	23,1%
Tasa de impuestos	20,9%	17,8%	20,9%	17,8%	
Interés minoritario	219	(215)	0,4	(0,4)	NA
Amortización de goodwill negativo	12	11	0,0	0,0	14,6%
Utilidad neta	20.414	19.806	38,8	37,6	3,1%
% de las ventas	14,7%	15,3%	14,7%	15,3%	
Utilidad por acción	64,09	62,18	0,12	0,12	3,1%
Utilidad por ADR	320,47	310,92	0,61	0,59	
Número de acciones (millones)	318,5	318,5	318,5	318,5	
Depreciación	10.144	10.215	19,3	19,4	-0,7%
Amortización	135	139	0,3	0,3	-2,7%
EBITDA	37.087	36.063	70,5	68,5	2,8%
% de las ventas	26,6%	27,8%	26,6%	27,8%	
Inversiones en activo fijo	7.275	7.514	13,8	14,3	-3,2%

(1) Tipo de cambio: US\$1,00 = Ch\$526.18

Anexo 2: Información por Segmentos al Primer Trimestre 2006

	Cerveza - Chile		Cerveza - Argentina		Gaseosas y Agua Mineral		Vino		Pisco		Otros	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
RESULTADO OPERACIONAL												
(todas las cifras en millones de Ch\$)												
Ventas												
Productos principales	60.054	54.952	15.068	15.211	39.653	36.587	14.582	16.260	5.600	2.158	2.299	1.945
Otros productos	759	629	26	128	154	148	1.022	1.564	66	14	0	0
Total	60.813	55.581	15.094	15.339	39.806	36.734	15.604	17.824	5.666	2.172	2.299	1.945
% cambio	9,4%		-1,6%		8,4%		-12,5%		160,9%		18,2%	
Costos de venta	(20.303)	(19.037)	(6.697)	(7.344)	(18.375)	(17.482)	(11.346)	(12.192)	(3.402)	(1.662)	(1.180)	(773)
% ventas	33,4%	34,3%	44,4%	47,9%	46,2%	47,6%	72,7%	68,4%	60,0%	76,5%	51,3%	39,8%
GAV	(20.448)	(17.818)	(6.436)	(6.116)	(16.774)	(14.627)	(5.117)	(5.132)	(2.136)	(1.418)	(261)	(285)
% ventas	33,6%	32,1%	42,6%	39,9%	42,1%	39,8%	32,8%	28,8%	37,7%	65,3%	11,3%	14,7%
Resultado operacional	20.062	18.727	1.961	1.879	4.657	4.625	(858)	500	128	(908)	858	887
% cambio	7,1%		4,4%		0,7%		NM		0,0%		-3,2%	
% ventas	33,0%	33,7%	13,0%	12,2%	11,7%	12,6%	-5,5%	2,8%	2,3%	-41,8%	37,3%	45,6%
Depreciación	4.568	4.735	1.361	1.435	2.502	2.592	1.171	1.121	233	52	309	279
Amortización	1	1	40	46	0	1	91	91	4	0	0	0
EBITDA	24.630	23.463	3.362	3.360	7.160	7.218	403	1.712	365	(856)	1.167	1.166
% cambio	5,0%		0,1%		-0,8%		-76,5%		NM		0,1%	
% ventas	40,5%	42,2%	22,3%	21,9%	18,0%	19,7%	2,6%	9,6%	6,4%	-39,4%	50,8%	60,0%

	Cerveza - Chile		Cerveza - Argentina*		Gaseosas y Agua Mineral		Vino***		Pisco	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
VOLUMENES Y PRECIOS										
Volumen (HLs)	1.370.089	1.267.623	673.006	665.868	1.411.958	1.324.975	171.964	187.368	35.422	23.802
% cambio	8,1%		1,1%		6,6%		-8,2%		48,8%	
					<u>Total**</u> 918.304 918.098 0,0%		<u>Total</u> 91.266 105.900 -13,8%			
					<u>Néctares</u> 117.583 97.790 20,2%		<u>Chile - Exportación Envasado</u> 74.331 74.602 -0,4%			
					<u>Agua Mineral</u> 376.071 309.087 21,7%		<u>Argentina</u> 6.367 6.866 -7,3%			

* Volúmenes incluyen exportaciones de 18.410 HL (6.990 HL a Chile) y 16.411 HL (11.832 HL a Chile) durante T1'06 y T1'05, respectivamente.

** En cajas unitarias, las ventas del segmento gaseosas y agua mineral totalizaron 25 millones y 23 millones durante T1'06 y T1'05, respectivamente.

*** Volúmenes no incluyen los volúmenes de vino a granel de 17.360 HL (13.820 HL exportados desde Chile y 3.540 HL desde Argentina) y 39.488 HL (23.978 HL exportados desde Chile y 15.510 HL desde Argentina) durante T1'06 y T1'05, respectivamente.

	Cerveza - Chile		Cerveza - Argentina*		Gaseosas y Agua Mineral		Vino***		Pisco	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
Precio (Ch\$ / HL)	43.832	43.350	22.389	22.844	28.083	27.613	84.799	86.782	158.092	123.674 ⁽¹⁾
% cambio (real)	1,1%		-2,0%		1,7%		-2,3%		27,8%	
					<u>Total</u> 27.630 27.736 -0,4%		<u>Chile - Doméstico</u> 60.072 60.000 0,1%			
					<u>Néctares</u> 41.788 42.715 -2,2%		<u>Chile - Exportación Envasado</u> 113.569 122.290 -7,1%			
					<u>Agua Mineral</u> 24.904 22.469 10,8%		<u>Argentina</u> 103.362 114.057 -9,4%			

(1) El precio para 2005 sólo considera los volúmenes vendidos por Piscoconor

Anexo 3: Balance

	millones de Ch\$		millones de US\$ (1)		<u>% Cambio</u>
	<u>31-Mar-06</u>	<u>31-Mar-05</u>	<u>31-Mar-06</u>	<u>31-Mar-05</u>	
<u>ACTIVOS</u>					
Caja y equivalentes	89.311	80.369	169,7	152,7	11,1%
Otros activos circulantes	<u>160.026</u>	<u>139.963</u>	<u>304,1</u>	<u>266,0</u>	14,3%
Total activos circulantes	249.337	220.333	473,9	418,7	13,2%
Activo fijo	319.856	311.360	607,9	591,7	2,7%
Otros activos	81.671	95.749	155,2	182,0	-14,7%
TOTAL ACTIVOS	650.865	627.442	1.237,0	1.192,4	3,7%
<u>PASIVOS Y PATRIMONIO</u>					
Deuda de corto plazo (2)	12.509	47.367	23,8	90,0	-73,6%
Otros pasivos circulantes	<u>83.231</u>	<u>77.566</u>	<u>158,2</u>	<u>147,4</u>	7,3%
Total pasivos circulantes	95.740	124.933	182,0	237,4	-23,4%
Deuda de largo plazo (2)	136.064	96.364	258,6	183,1	41,2%
Otras obligaciones de largo plazo	<u>38.024</u>	<u>29.975</u>	<u>72,3</u>	<u>57,0</u>	26,9%
Total obligaciones de largo plazo	174.089	126.339	330,9	240,1	37,8%
Interés minoritario	40.250	40.877	76,5	77,7	-1,5%
Patrimonio	340.786	335.292	647,7	637,2	1,6%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	650.865	627.442	1.237,0	1.192,4	3,7%
<u>INFORMACION FINANCIERA ADICIONAL</u>					
Caja y equivalentes más otros activos líquidos	89.311	80.369	169,7	152,7	11,1%
Total deuda financiera	148.574	143.731	282,4	273,2	3,4%
Deuda neta (3)	59.262	63.362	112,6	120,4	-6,5%
Razón de liquidez	2,60	1,76			
Deuda / Capitalización	0,28	0,28			

(1) Tipo de cambio: US\$1,00 = Ch\$526.18

(2) Incluye sólo deuda financiera

(3) Total deuda financiera menos caja y equivalentes más otros activos líquidos