

CCU REPORTA RESULTADOS CONSOLIDADOS AL PRIMER TRIMESTRE 2022^{1,2}

Santiago, Chile, 4 de mayo de 2022 – CCU anunció hoy sus resultados financieros consolidados para el primer trimestre, finalizado el 31 de marzo de 2022:

- **Los Volúmenes Consolidados** aumentaron 7,1%. El crecimiento en volumen según segmento de operación fue el siguiente:
 - **Chile** 7,6%
 - **Negocios Internacionales** 7,9%
 - **Vinos** (0,1)%
- **Los Ingresos por ventas** subieron 23,0%
- **El EBITDA** alcanzó CLP 135.126 millones, un alza de 6,8%. La variación del EBITDA según segmento de operación fue el siguiente:
 - **Chile** (10,1)%
 - **Negocios Internacionales** 98,7%
 - **Vinos** 12,7%
- **La Utilidad neta** alcanzó una ganancia de CLP 64.544 millones, un aumento de 0,2%.
- **La Utilidad por acción** alcanzó CLP 174,7 por acción.

Principales indicadores (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera)	1T22	1T21	Variación %
Volúmenes	9.685	9.042	7,1
Ingresos por ventas	700.465	569.639	23,0
Margen bruto	323.725	289.369	11,9
EBIT	105.895	99.749	6,2
EBITDA	135.126	126.547	6,8
Utilidad Neta	64.544	64.384	0,2
Utilidad por acción (CLP)	174,7	174,2	0,2

1 Para mayor información sobre los términos utilizados consultar el Glosario en Información Adicional y Tablas. Las cifras presentadas han sido redondeadas y pueden no sumar el total debido a aproximaciones.

2 Todas las referencias de este reporte, se entenderán referidas a cifras del 1T22 comparadas con cifras del 1T21, a menos que se indique lo contrario.

REPORTE DE RESULTADOS

COMENTARIOS DEL GERENTE GENERAL

Durante el primer trimestre 2022, continuamos operando, en el contexto de la pandemia, con foco en tres prioridades: La seguridad de nuestras personas, la continuidad operacional y la salud financiera. Al mismo tiempo, reforzamos la aplicación de una estrategia de negocio centrada en iniciativas de gestión de ingresos y eficiencias, ampliando al mismo tiempo la escala de negocio (participación de mercado y volúmenes), con el fin de compensar gradualmente los fuertes efectos externos negativos derivados del aumento de los precios de las materias primas y material de empaque, la depreciación de nuestras principales monedas locales y la inflación.

En cuanto a los resultados consolidados, nuestros ingresos aumentaron un 23,0%, gracias a un crecimiento del 7,1% en los volúmenes y un aumento del 14,8% en los precios promedio en CLP. La expansión de los volúmenes se explica por una mejora continua en la preferencia de nuestras marcas y la excelencia en la ejecución de ventas. Los mayores precios promedio en CLP se debieron principalmente a: iniciativas de gestión de ingresos, efectos mix positivos y alzas de precios en Argentina. Estos mejores precios promedio, junto con los mayores volúmenes, y las eficiencias de nuestro programa de "Transformación CCU" (anteriormente el programa "ExCCelencia CCU"), ayudaron a compensar principalmente tres efectos externos negativos: (i) el aumento de los costos de las materias primas y material de empaque, (ii) la depreciación de nuestras principales monedas locales frente al USD, impactando negativamente en nuestros costos denominados en USD, parcialmente compensados con los ingresos de exportación, y (iii) una aceleración de la inflación en nuestras principales geografías. Como consecuencia, el EBITDA creció un 6,8%, alcanzando los CLP 135.126 millones, mientras el margen de EBITDA se redujo 292 pb, pasando del 22,2% al 19,3%. Es importante destacar que se necesita tiempo para compensar el impacto en nuestros márgenes de los efectos externos negativos mencionados anteriormente, y seguiremos haciéndolo centrándonos en iniciativas de gestión de ingresos y en eficiencias, al mismo tiempo que ampliamos la escala de negocio. En lo que respecta a la utilidad neta, totalizamos una ganancia de CLP 64.544 millones, un aumento del 0,2% en comparación con el año pasado, principalmente asociado a un menor resultado no operacional, este último debido principalmente a mayores costos financieros y a una mayor pérdida en Resultados por unidades de reajuste, debido a una mayor inflación.

En el Segmento de operación Chile, los Ingresos por ventas se expandieron en un 16,6%, debido a un crecimiento del 7,6% en los volúmenes y un 8,4% en los precios promedio. Los volúmenes continuaron con una tendencia al alza en el trimestre, impulsados por una sólida ejecución de ventas y la fortaleza de nuestro portafolio de marcas. Los precios promedio más altos se explican por un enfoque especial en las iniciativas de gestión de ingresos, incluyendo aumentos de precios en las categorías de cerveza, bebidas no alcohólicas y licores durante el trimestre, y también efectos positivos de mix. Nuestros esfuerzos en materia de precios impactaron parcialmente en nuestros resultados en el primer trimestre, pero se reflejarán plenamente en los siguientes trimestres del año, ayudándonos a compensar gradualmente las fuertes presiones de costos. El margen bruto se contrajo un 2,7%, y el margen bruto como porcentaje de los Ingresos por venta bajó del 52,7% al 44,0%, debido a las presiones de costos en las materias primas y materiales de empaque, una mayor inflación y una devaluación del 11,7%³ del CLP frente al USD. Los gastos de MSD&A crecieron un 3,2%, y como porcentaje de las ventas netas disminuyeron 352 pb, debido a las iniciativas de control de gastos y eficiencias. En total, el EBITDA alcanzó CLP 93.445 millones, disminuyendo un 10,1%, y el margen EBITDA se redujo 605 pb, pasando del 26,4% al 20,4%.

En el Segmento de operación Negocios Internacionales, que incluye Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay, los Ingresos por venta registraron un aumento del 51,2%, como resultado de un incremento del 40,2% en los precios promedio en CLP, y de un 7,9% en los volúmenes. La mejora de los precios promedio en CLP se explica por el aumento de precios en línea con la inflación en Argentina, mientras que la devaluación del ARS frente al CLP fue inferior al nivel de inflación en moneda local. En consecuencia, el Margen bruto aumentó un 62,5%, y el margen bruto, como porcentaje de los Ingresos por venta, creció del 49,3% al 52,9%. Los gastos de MSD&A como porcentaje de los Ingresos por venta mejoraron en 397 pb debido a las eficiencias y economías de escala, compensando parcialmente la mayor inflación. En conjunto, el EBITDA alcanzó CLP 33.196 millones, frente a una ganancia de CLP 16.706 millones el año pasado, y el margen EBITDA alcanzó un 17,6%, mejorando 420 pb desde 13,4% registrado el año pasado.

Quisiera destacar que, con fecha del 28 de abril de 2022, nuestra filial, Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. adquirió el 49% de la propiedad de Aguas Danone de Argentina S.A., lo que incluye el negocio de aguas minerales, aguas saborizadas y jugos en polvo con sus marcas Villavicencio, Villa del Sur, Levité, Ser y Brío. Esta adquisición está en línea con nuestra estrategia de ser una empresa regional multicategoría de bebestibles.

En el Segmento de operación Vinos, los Ingresos por venta aumentaron un 13,5%, lo que se explica por un crecimiento del 13,6% en los precios promedio, mientras que los volúmenes se mantuvieron prácticamente planos, disminuyendo un 0,1%. Los mayores precios en CLP se explican principalmente por las iniciativas de gestión de ingresos y del mix en los mercados domésticos de Chile y Argentina, y por un impacto positivo en los ingresos de exportación, debido a la depreciación del CLP frente al USD, que nos permitió compensar los mayores costos en materiales de empaque y las presiones inflacionarias. En consecuencia, el Margen bruto aumentó un 10,5% y el margen bruto, como porcentaje de los Ingresos por venta, disminuyó 105 pb, pasando del 40,1% al 39,1%. Los gastos de MSD&A crecieron un 9,7%, aunque como porcentaje de los Ingresos por venta mejoraron en 92 pb, gracias a las eficiencias. Respecto a la vendimia de 2022, esperamos que se sitúe en niveles similares a los de 2021, generando un costo del vino estable en los próximos trimestres. En total, el EBITDA alcanzó CLP 11.469 millones, lo que representa un aumento de 12,7%, mientras que el margen EBITDA se mantuvo prácticamente plano, disminuyendo del 18,0% al 17,9%.

En Colombia, donde tenemos un joint venture con Postobón, empezamos el año 2022 a buen ritmo, con volúmenes que crecen a doble dígito, ganando participación de mercado frente al año pasado. Nuestros volúmenes se vieron impulsados principalmente por el buen desempeño de nuestro portafolio impulsado por las marcas mainstream y premium, Andina y Heineken. En consecuencia, seguimos registrando un EBITDA positivo durante el trimestre, mejorando los resultados financieros con respecto al año pasado.

Finalmente, quisiéramos comentar que la semana pasada autoridades de defensa de la libre competencia, tanto en Colombia como en Uruguay, emitieron resoluciones en contra de nuestro principal competidor en la industria de la cerveza, las que implican la imposición de multas y el cese de acuerdos de exclusividad. Estas decisiones, sumadas a las tomadas en Argentina el año pasado y en Uruguay en

3 La variación del CLP versus otras monedas considera el promedio del período 2022 versus el promedio del período 2021.

REPORTE DE RESULTADOS

2017 por las correspondientes autoridades, van en línea con igualar las condiciones de competencia en la industria de cervezas de la región, en beneficio de consumidores y clientes.

En el primer trimestre de 2022 reforzamos la implementación de nuestra estrategia de negocio, centrada en iniciativas de gestión de ingresos, incluidos aumentos de precios en nuestras categorías principales, y de eficiencia, al tiempo que expandimos la escala de negocio (participación de mercado y volúmenes), en un escenario especialmente desafiante. En consecuencia, logramos un crecimiento positivo de los volúmenes consolidados y un aumento de los precios promedio, junto con mejoras en eficiencia en todos nuestros segmentos de operación; aun así estos esfuerzos no fueron suficientes para compensar fuertes efectos externos negativos derivados del aumento de los precios de las materias primas y materiales de empaque, la depreciación de nuestras monedas locales frente al USD y la inflación. Para los próximos trimestres, la recuperación de nuestra rentabilidad será una prioridad, concentrando nuestros esfuerzos en iniciativas de gestión de ingresos, eficiencias y escala de negocio.

PRINCIPALES RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL PRIMER TRIMESTRE (Tablas 1 y 2)

- **El Ingreso por ventas** aumentó un 23,0%, explicado por un incremento de 7,1% en los volúmenes consolidados junto a precios promedio 14,8% mayores en CLP. En cuanto a los segmentos de operación, el crecimiento del volumen fue el siguiente: una expansión del 7,6% en el Segmento de operación Chile; un aumento del 7,9% en el Segmento de operación Negocios Internacionales, y una disminución del 0,1% en el Segmento de operación Vinos. Los mayores precios promedio en CLP se explicaron por: (i) un crecimiento del 8,4% en el segmento de operación Chile, explicado por un especial foco en iniciativas de gestión de ingresos, incluyendo aumentos de precios en las categorías de cerveza, bebidas no alcohólicas y licores durante el trimestre, y también efectos positivos de mix, (ii) una expansión del 40,2% en el Segmento de operación Negocios Internacionales, que se explica por el aumento de los precios en línea con la inflación en Argentina, mientras que la devaluación del ARS frente al CLP fue inferior al nivel de inflación, y (iii) un aumento del 13,6% en el Segmento de operación Vinos, que se explica principalmente por iniciativas de gestión de ingresos y de mix en los mercados domésticos de Chile y Argentina, y un impacto positivo en los ingresos de exportación por la depreciación del CLP frente al USD.
- **El Costo de Venta** subió 34,4%, explicado por un aumento de 7,1% en los volúmenes y un incremento de 25,5% en el costo de ventas por hectolitro. El segmento de Operación Chile reportó un crecimiento de 28,4% en el Costo de ventas por hectolitro, impulsado por mayores costos en materias primas y material de empaque, principalmente aluminio, PET, malta y azúcar, la devaluación de 11,7%³ del CLP frente al USD y una mayor inflación. En el segmento operación Negocios Internacionales, el Costo de venta por hectolitro creció 30,1% en CLP, explicado principalmente por un mayor costo en materias primas y material de empaque, una mayor inflación y el impacto negativo de la devaluación del 12,1%⁴ del ARS frente al USD, impactando nuestros costos. En el Segmento de operación Vinos, el costo de venta por hectolitro creció un 15,6%, debido a los mayores costos en materiales de empaque, las presiones inflacionarias y los efectos de mix.
- **El Margen bruto** alcanzó CLP 323.725 millones, una expansión del 11,9% y, como porcentaje de los Ingresos por ventas, cayó 458 pb, de 50,8% a 46,2%.
- **Los gastos de MSD&A** crecieron 12,5% y, como porcentaje de los Ingresos por ventas, mejoraron 290 pb, de 34,1% a 31,1%, debido a iniciativas de control de costos y eficiencias generadas de nuestro programa "Transformación CCU" en todos nuestros segmentos de operación. En el Segmento de operación Chile, los gastos de MSD&A crecieron un 3,2%, y como porcentaje del Ingreso por ventas, disminuyeron 352 pb. En el Segmento de operación Negocios Internacionales, los gastos de MSD&A en CLP aumentaron un 37,6%, y como porcentaje del Ingreso por ventas, disminuyeron 397 pb. En el Segmento de operación Vinos, los gastos de MSD&A aumentaron un 9,7%, y como porcentaje del Ingreso por ventas, cayeron 92 pb.
- **El EBIT** alcanzó CLP 105.895 millones, un crecimiento de 6,2%, debido principalmente a mayores volúmenes, junto con mayores precios promedios en CLP, eficiencias del programa Transformación CCU, parcialmente compensados por mayores costos en materias primas y material de empaque, la devaluación de nuestras principales monedas locales frente al USD, impactando negativamente nuestros costos denominados en USD, parcialmente compensado por ingresos de exportación y mayor inflación.
- **El EBITDA** aumentó un 6,8%, impulsado por un aumento del 98,7% en el Segmento de operación Negocios Internacionales y un aumento del 12,7% en el Segmento de operación Vinos, parcialmente compensado por una caída del 10,1% en el Segmento de operación Chile. Además, el margen EBITDA se contrajo 292 pb, pasando de un 22,2% a 19,3%.
- **El Resultado no operacional** reportó una pérdida de CLP 17.924 millones, que se compara con una pérdida de CLP 6.772 millones el año pasado. Esta mayor pérdida se explica por: (i) una mayor pérdida de CLP 2.555 millones en Gastos financieros netos, principalmente por una mayor deuda, (ii) un menor resultado por CLP 3.660 millones en Resultados por unidades de reajuste, explicado por una mayor inflación en Chile y Argentina, y (iii) un mayor pérdida en Otras ganancias/(pérdidas) por CLP 7.951 millones, explicado principalmente por un menor resultado en los contratos de derivados⁵. Estos efectos se vieron parcialmente compensados por un mejor resultado en Diferencias de cambio.

4 La variación del ARS contra otras monedas considera el valor cierre del período 2022 comparado con el cierre del período 2021

5 Ver Nota 32, Otras Ganancias/(pérdidas), de nuestros Estados Financieros a Marzo 2022

REPORTE DE RESULTADOS

- **El Impuesto a las ganancias** alcanzó CLP 17.565 millones, versus CLP 23.532 millones el año pasado. La disminución de los impuestos se explica por una menor utilidad antes de impuestos y a un mejor resultado en Efecto impositivo de diferencias permanentes, netas ⁶.
- **La Utilidad neta** totalizó una ganancia de CLP 64.544 millones, prácticamente sin variación versus los CLP 64.384 millones, registrados el año anterior.

⁶ Ver Nota 25, Impuestos corrientes, a las ganancias y diferidos, de nuestros Estados Financieros a Marzo 2022

REPORTE DE RESULTADOS

PRINCIPALES RESULTADOS POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN DEL PRIMER TRIMESTRE

SEGMENTO DE OPERACIÓN CHILE

En el Segmento de operación Chile, los Ingresos por ventas se expandieron en un 16,6%, debido a un crecimiento del 7,6% en los volúmenes y un 8,4% en los precios promedio. Los volúmenes continuaron con una tendencia al alza en el trimestre, impulsados por una sólida ejecución de ventas y la fortaleza de nuestro portafolio de marcas. Los precios promedio más altos se explican por un enfoque especial en las iniciativas de gestión de ingresos, incluyendo aumentos de precios en las categorías de cerveza, bebidas no alcohólicas y licores durante el trimestre, y también efectos positivos del mix. Nuestros esfuerzos en materia de precios impactaron parcialmente en nuestros resultados en el primer trimestre, pero se reflejarán plenamente en los siguientes trimestres del año, ayudándonos a compensar gradualmente las fuertes presiones de costos. El margen bruto se contrajo un 2,7%, y el margen bruto como porcentaje de los Ingresos por venta bajó del 52,7% al 44,0%, debido a las presiones de costos en las materias primas y materiales de empaque, una mayor inflación y una devaluación del 11,7% del CLP frente al USD. Los gastos de MSD&A crecieron un 3,2%, y como porcentaje de las ventas netas disminuyeron 352 pb, debido a las iniciativas de control de gastos y eficiencias. En total, el EBITDA alcanzó CLP 93.445 millones, disminuyendo un 10,1%, y el margen EBITDA se redujo 605 pb, pasando del 26,4% al 20,4%.

En materia de innovación, continuamos ampliando nuestro portafolio de cervezas en el segmento premium con el reciente lanzamiento de Royal Hoppy Lager, una cerveza con lúpulos especiales para brindar un aroma herbal y un sabor amargo; Patagonia Lotus Lager, que viene a ampliar las exitosas variedades de la marca Patagonia, y Edelweiss, una cerveza de trigo austriaca. También en cerveza, en el segmento mainstream, presentamos recientemente Escudo Smouk, una lager con malts tostadas y ahumadas. En la categoría de licores, a través de un nuevo acuerdo de distribución, incorporamos parte del portafolio de Fratelli Branca, agregando entre otros productos, Fernet Branca, una marca de fernet mundialmente conocida.

En cuanto a iniciativas de sustentabilidad, continuamos apoyando a nuestras comunidades a través de un convenio de tres años con el municipio de Renca, donde operamos desde 1978, en el que nos comprometemos a apoyar iniciativas deportivas, educativas y ambientales. Además, promovimos nuestro enfoque de economía circular, a través del arte, presentando la exposición #ReciclarEsUnArte, que reunió 30 piezas de arte realizadas con materiales reciclados. Todas nuestras recientes iniciativas de sustentabilidad se pueden encontrar en nuestro Informe de sustentabilidad 2021 publicado recientemente y disponible en nuestro sitio web.

SEGMENTO DE OPERACIÓN NEGOCIOS INTERNACIONALES

En el Segmento de operación Negocios Internacionales, que incluye Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay, los Ingresos por venta registraron un aumento del 51,2%, como resultado de un incremento del 40,2% en los precios promedio en CLP, y de un 7,9% en los volúmenes. La mejora de los precios promedio en CLP se explica por el aumento de precios en línea con la inflación en Argentina, mientras que la devaluación del ARS frente al CLP fue inferior al nivel de inflación en moneda local. En consecuencia, el Margen bruto aumentó un 62,5%, y el margen bruto, como porcentaje de los Ingresos por venta, creció del 49,3% al 52,9%. Los gastos de MSD&A como porcentaje de los Ingresos por venta mejoraron en 397 pb debido a las eficiencias y economías de escala, compensando parcialmente la mayor inflación. En conjunto, el EBITDA alcanzó CLP 33.196 millones, frente a una ganancia de CLP 16.706 millones el año pasado, y el margen EBITDA alcanzó un 17,6%, mejorando 420 pb desde 13,4% registrado el año pasado.

En Argentina, el 28 de Abril de 2022, a través de nuestra filial, Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. adquirimos el 49% de la propiedad de Aguas Danone de Argentina S.A., lo que incluye el negocio de aguas minerales, aguas saborizadas y jugos en polvo con sus marcas Villavicencio, Villa del Sur, Levité, Ser y Brío. Esta adquisición está en línea con nuestra estrategia de ser una compañía multicategoría regional de bebestibles. En cuanto a marcas, en Bolivia presentamos Uyuni, una cerveza premium cuyo nombre está inspirado en el salar de Uyuni, uno de los lugares más icónicos de Bolivia. En Argentina, presentamos una campaña de marketing para potenciar nuestra marca de sidra premium Sidra Real, y en Uruguay ampliamos nuestras opciones de empaque a nuestro consumidor para nuestra marca regional de néctar Watt's, al introducir empaques tetra pack.

SEGMENTO DE OPERACIÓN VINOS

En el Segmento de operación Vinos, los Ingresos por venta aumentaron un 13,5%, lo que se explica por un crecimiento del 13,6% en los precios promedio, mientras que los volúmenes se mantuvieron prácticamente planos, disminuyendo un 0,1%. Los mayores precios en CLP se explican principalmente por las iniciativas de gestión de ingresos y del mix en los mercados domésticos de Chile y Argentina, y por un impacto positivo en los ingresos de exportación, debido a la depreciación del CLP frente al USD, que nos permitió compensar los mayores costos en materiales de empaque y las presiones inflacionarias. En consecuencia, el Margen bruto aumentó un 10,5% y el margen bruto, como porcentaje de los Ingresos por venta, disminuyó 105 pb, pasando del 40,1% al 39,1%. Los gastos de MSD&A crecieron un 9,7%, aunque como porcentaje de los Ingresos por venta mejoraron en 92 pb, gracias a las eficiencias. Respecto a la vendimia de 2022, esperamos que se sitúe en niveles similares a los de 2021, generando un costo del vino estable en los próximos trimestres. En total, el EBITDA alcanzó CLP 11.469 millones, lo que representa un aumento de 12,7%, mientras que el margen EBITDA se mantuvo prácticamente plano, disminuyendo del 18,0% al 17,9%.

En el mercado doméstico de Chile, ampliamos las variedades de nuestra marca premium Misiones de Rengo al incorporar un vino estilo Late Harvest, creado para todos aquellos que buscan un vino rico, fresco e ideal para disfrutar en diferentes ocasiones. Además, VSPT se ubicó en el Top 10 del ranking LinkedIn Top Companies 2022 en Chile, listado que reconoce a las 25 mejores empresas para desarrollar una carrera en Chile, gracias a las excelentes oportunidades laborales y de crecimiento dentro de la empresa.

INFORMACIÓN ADICIONAL Y TABLAS

DESCRIPCIÓN DE CCU

CCU es una empresa multicategoría de bebestibles, con operaciones en Chile, Argentina, Bolivia, Colombia, Paraguay y Uruguay. En Chile, CCU es uno de los principales actores en cada una de las categorías en las que participa, incluyendo cervezas, bebidas gaseosas, aguas minerales y envasadas, néctares, vino y pisco, entre otros. A nivel sudamericano, es el segundo mayor cervecero en Argentina y participa, además, en las industrias de sidras, licores y vinos; en Uruguay y Paraguay está presente en el mercado de cervezas, aguas minerales y envasadas, gaseosas, vinos y néctares; en Bolivia participa en las industrias de cervezas, aguas envasadas, gaseosas y malta; en Colombia participa en el mercado de cervezas y malta. Los principales contratos de licencia, distribución y/o joint ventures de la Compañía incluyen Heineken Brouwerijen B.V., PepsiCo Inc., Seven-up International, Schweppes Holdings Limited, Société des Produits Nestlé S.A., Pernod Ricard Chile S.A., Promarca S.A. (Watt's), Red Bull Panamá S.A., Stokely Van Camp Inc., y Coors Brewing Company.

OFICINA CORPORATIVA

Vitacura 2670, 26th floor
Santiago
Chile

NEMOTÉCNICO ACCIÓN

Bolsa de Comercio de Santiago: CCU
NYSE: CCU

INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los comentarios realizados en este comunicado que estén relacionados con el futuro desempeño financiero de CCU, involucran estimaciones y riesgos conocidos y desconocidos, por lo que tienen implícitos la incertidumbre de lo que efectivamente pueda llegar a suceder. Por lo mismo, el resultado real puede variar materialmente con respecto a lo mencionado en este comunicado de prensa. La Compañía no tiene la responsabilidad de actualizar estos comentarios o estimaciones futuras. Los lectores deben ser cautos y no poner una sobredimensionada confianza en las estimaciones futuras aquí mencionadas. Estos comentarios deben ser considerados en conjunto con la información adicional sobre riesgos e incertidumbres, mencionados en el reporte 20-F presentado a la US Securities and Exchange Commission (SEC), y en la Memoria Anual enviada a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), la que se encuentra disponible en nuestra página web.

GLOSARIO

Segmentos de operación

Los segmentos de operación se definen con respecto a sus ingresos en las áreas geográficas de actividad comercial:

- **Chile:** Este segmento comercializa Cervezas, Bebidas Sin Alcohol y Licores en el mercado chileno, y también incluye las unidades Transportes CCU Limitada, Comercial CCU S.A., CRECCU S.A. y Fábrica de Envases Plásticos S.A.
- **Negocios Internacionales:** Este segmento comercializa Cervezas, Sidras, Bebidas Sin Alcohol y Licores en el mercado de los países de Argentina, Uruguay y Paraguay.
- **Vinos:** Este segmento comercializa vinos, principalmente en los mercados de exportación, a más de 80 países, y el mercado doméstico chileno.
- **Otros/Eliminaciones:** Considera los gastos e ingresos corporativos y las eliminaciones de las transacciones realizadas entre segmentos no asignados.

REPORTE DE RESULTADOS

ARS

Peso argentino.

CLP

Peso chileno.

Costo de venta

El Costo de venta incluye Costo Directo y Gastos de Fabricación.

Deuda Financiera Neta

La Deuda Financiera Total menos Efectivo y equivalentes de efectivo.

Deuda Financiera Neta / EBITDA

Cálculo basado en el EBITDA de los últimos doce meses.

EBIT

EBIT de las siglas en inglés Earnings Before Interest and Taxes, y con propósitos de gestión se define como utilidad antes de otras ganancias (pérdidas), gastos financieros neto, resultados de negocios conjuntos, utilidades/(pérdidas) por diferencias de tipo de cambio, resultados por unidades de reajuste e impuestos. EBIT es equivalente al Resultado Operacional usado en el formulario 20-F.

EBITDA

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 EBIT más depreciación y amortización. El cálculo del EBITDA no tiene como base las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF o IFRS). Cuando se analiza el desempeño operacional, los inversionistas deben considerarlo como una herramienta complementaria, y no alternativa, a la Utilidad del período. Los inversionistas también deben notar que el EBITDA presentado por CCU no es necesariamente comparable con indicadores similares usados por otras empresas. EBITDA es equivalente al ORBDA (Adjusted Operating Result Before Depreciation and Amortization), usado en el formulario 20-F.

Ítems Excepcionales (IE)

Anteriormente referido como Ítems no recurrentes (INR), los Ítems excepcionales son los ingresos o gastos que no se producen regularmente como parte de las actividades normales de la Compañía. Se presentan por separado debido a que son importantes para la comprensión del comportamiento sostenible de la Compañía debido a su tamaño o naturaleza.

Margen bruto

Margen bruto corresponde a la diferencia entre el Ingreso y el Costo de venta.

MSD&A

MSD&A se refiere a la sigla en inglés para gastos de marketing, distribución y administración.

Ratio de Liquidez

Total activos corrientes / Total pasivos corrientes.

UF

La UF es una unidad monetaria indexada a la variación del IPC en Chile.

Utilidad neta

Utilidad del período atribuible a propietarios de la controladora según IFRS.

Utilidad por acción

Utilidad del ejercicio dividida por el número total de acciones.

USD

Dólar estadounidense.

REPORTE DE RESULTADOS

Tabla 1: Estado de Resultados consolidado (Primer trimestre 2022)

Primer Trimestre	2022	2021	Total
	(Millones de CLP)		Variación %
Ingresos por ventas	700.465	569.639	23,0
Costo de Venta	(376.740)	(280.271)	34,4
% de Ingresos	53,8	49,2	458 pb
Margen Bruto	323.725	289.369	11,9
% de Ingresos	46,2	50,8	(458) pb
MSD&A	(218.177)	(193.964)	12,5
% de Ingresos	31,1	34,1	(290) pb
Otros ingresos (gastos) de operación	348	4.344	(92,0)
EBIT	105.895	99.749	6,2
% de Ingresos	15,1	17,5	(239) pb
Gastos Financieros netos	(6.371)	(3.815)	67,0
Utilidad de negocios conjuntos y asociadas	(565)	(596)	(5,3)
Diferencia de cambio	1.594	(1.387)	214,9
Resultado por unidades de reajuste	(3.592)	68	<500
Otras ganancias / (pérdidas)	(8.992)	(1.041)	>500
Resultado no operacional	(17.924)	(6.772)	164,7
Utilidad antes de impuestos	87.971	92.977	(5,4)
Impuestos a las ganancias	(17.565)	(23.532)	(25,4)
Utilidad del período	70.406	69.445	1,4
Utilidad del período atribuible a:			
Propietarios de la controladora	64.544	64.384	0,2
Participaciones no controladoras	(5.862)	(5.061)	15,8
EBITDA	135.126	126.547	6,8
% de Ingresos	19,3	22,2	(292) pb
INFORMACIÓN ADICIONAL			
Número de Acciones	369.502.872	369.502.872	
Acciones por ADR	2	2	
Utilidad por acción (CLP)	174,7	174,2	0,2
Utilidad por ADR (CLP)	349,4	348,5	0,2
Depreciación	29.231	26.798	9,1
CAPEX	27.487	30.102	(8,7)

REPORTE DE RESULTADOS



Tabla 2: Información por segmentos (Primer trimestre 2022)

Primer Trimestre (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera)	1. Segmento de operación Chile			2. Segmento de operación Negocios Internacionales			3. Segmento de operación Vinos		
	2022	2021	A/A %	2022	2021	A/A %	2022	2021	A/A %
Volúmenes	6.721	6.249	7,6	2.656	2.462	7,9	352	353	(0,1)
Ingresos por ventas	458.484	393.220	16,6	188.548	124.662	51,2	64.006	56.403	13,5
Ingresos (CLP/HL)	68.212	62.924	8,4	70.995	50.639	40,2	181.740	159.921	13,6
Costo de ventas	(256.920)	(186.071)	38,1	(88.721)	(63.224)	40,3	(39.007)	(33.782)	15,5
% de Ingresos	56,0	47,3	872 pb	47,1	50,7	(366) pb	60,9	59,9	105 pb
Margen bruto	201.564	207.149	(2,7)	99.827	61.438	62,5	24.999	22.621	10,5
% de Ingresos	44,0	52,7	(872) pb	52,9	49,3	366 pb	39,1	40,1	(105) pb
MSD&A	(124.350)	(120.488)	3,2	(75.621)	(54.943)	37,6	(16.878)	(15.392)	9,7
% de Ingresos	27,1	30,6	(352) pb	40,1	44,1	(397) pb	26,4	27,3	(92) pb
Otros ingresos (gastos) de operación	(223)	442	(150,4)	392	3.725	(89,5)	146	162	(9,5)
EBIT	76.991	87.103	(11,6)	24.598	10.221	140,7	8.267	7.391	11,9
Margen EBIT	16,8	22,2	(536) pb	13,0	8,2	485 pb	12,9	13,1	(19) pb
EBITDA	93.445	103.946	(10,1)	33.196	16.706	98,7	11.469	10.180	12,7
Margen EBITDA	20,4	26,4	(605) pb	17,6	13,4	420 pb	17,9	18,0	(13) pb

Primer Trimestre (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera)	4. Otros/Eliminaciones			Total		
	2022	2021	A/A %	2022	2021	A/A %
Volúmenes	(45)	(22)	107,9	9.685	9.042	7,1
Ingresos por ventas	(10.573)	(4.646)	127,6	700.465	569.639	23,0
Ingresos (CLP/HL)				72.327	62.999	14,8
Costo de ventas	7.908	2.806	181,8	(376.740)	(280.271)	34,4
% de Ingresos				53,8	49,2	458 pb
Margen bruto	(2.665)	(1.840)	44,9	323.725	289.369	11,9
% de Ingresos				46,2	50,8	(458) pb
MSD&A	(1.328)	(3.140)	(57,7)	(218.177)	(193.964)	12,5
% de Ingresos				31,1	34,1	(290) pb
Otros ingresos (gastos) de operación	33	15	121,5	348	4.344	(92,0)
EBIT	(3.961)	(4.965)	(20,2)	105.895	99.749	6,2
Margen EBIT				15,1	17,5	(239) pb
EBITDA	(2.984)	(4.284)	(30,3)	135.126	126.547	6,8
Margen EBITDA				19,3	22,2	(292) pb

REPORTE DE RESULTADOS

Tabla 3: Balance

	Al 31 de marzo	Al 31 de diciembre
	2022	2021
MM CLP		
ACTIVOS		
Efectivo y equivalentes al efectivo	742.082	265.568
Otros activos corrientes	841.188	825.804
Total activos corrientes	1.583.270	1.091.372
Propiedades, plantas y equipos (neto)	1.211.839	1.222.261
Otros activos no corrientes	529.734	533.117
Total activos no corrientes	1.741.572	1.755.378
Total activos	3.324.842	2.846.751
PASIVOS		
Deuda financiera corriente	118.838	107.579
Otros pasivos	700.665	673.537
Total pasivos corrientes	819.503	781.115
Deuda financiera no corriente	957.233	487.279
Otros pasivos no corrientes	153.059	152.841
Total pasivos no corrientes	1.110.292	640.120
Total pasivos	1.929.795	1.421.235
PATRIMONIO		
Capital emitido	562.693	562.693
Otras reservas	(101.057)	(87.256)
Resultados acumulados	816.233	832.181
Subtotal patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	1.277.870	1.307.618
Participaciones no controladoras	117.177	117.897
Total patrimonio	1.395.047	1.425.515
Total pasivos y patrimonio	3.324.842	2.846.751
INFORMACIÓN FINANCIERA ADICIONAL		
Deuda Financiera Total	1.076.071	594.858
Deuda Financiero Neta	333.989	329.289
Razón de liquidez	1,93	1,40
Deuda Financiera Total / Capitalización	0,44	0,29
Deuda Financiera Neta / EBITDA	0,74	0,74