



Para más información contactar a:

Investor Relations

Cristobal Escobar (56-2) 2427-3195
Manuel Alcalde (56-2) 2427-3127
investor@ccuinvestor.com

Media

Marisol Bravo (56-2) 2427-3236
Carlos Vallejos (56-2) 2427-3445
www.ccu.cl / www.ccuinvestor.com

CCU PRESENTA RESULTADOS CONSOLIDADOS AL SEGUNDO TRIMESTRE 2014^{1,2}

Santiago, Chile, 5 de agosto de 2014 – CCU anunció hoy sus resultados financieros consolidados para el segundo trimestre finalizado el 30 de junio de 2014:

- **Volúmenes** aumentaron 6,6% (4,5% de crecimiento orgánico). El Segmento de operación Chile, contribuyó con un incremento del 6,5% (mismas cifras de crecimiento orgánico). El Segmento de operación Río de la Plata mostró un aumento del 10,7% (0,1% de disminución orgánico) y el Segmento de operación Vinos disminuyó un 2,5% este trimestre (mismas cifras de crecimiento orgánico).
- El **Total de ingresos por ventas** aumentó 8,3% como consecuencia de 6,6% mayores Volúmenes consolidados junto con 1,5% mayores precios promedio. Orgánicamente el Total de ingresos por ventas aumentó 6,0%
- El **Margen bruto** se incrementó 7,0%, por una combinación de un mayor Total de ingresos por ventas y un aumento en el costo de ventas como porcentaje del Total de ingresos por ventas de 58 puntos base. Orgánicamente, el Margen bruto creció 5,9%.
- El **EBITDA** creció 37,5% (37,7 de crecimiento orgánico). El Segmento de operación Río de la Plata incluye, como ítem no recurrente, las contraprestaciones recibidas por nuestra subsidiaria argentina CICSA, por el término del contrato de importación que nos permitía importar y distribuir exclusivamente en Argentina las cervezas Corona y Negra Modelo, y la licencia para la fabricación y distribución de cerveza Budweiser en Uruguay. Al excluir el ítem no recurrente, el EBITDA disminuyó 12,3%.
- Los **Utilidad del período** aumentaron 52,1% (55,5 de crecimiento orgánico). Al excluir el ítem no recurrente, la Utilidad del periodo disminuyó 27,4%.
- La **Utilidad por acción**³ aumentó 31,1% y 30,5% en términos orgánicos. Al excluir el ítem no recurrente, la Utilidad por acción disminuyó 37,5%.

| Principales indicadores (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera) | 2T'14 | 2T'13 | Cambio total% | Cambio Orgánico% |
|--|--------------|--------------|----------------------|-------------------------|
| Volúmenes | 4.657 | 4.367 | 6,6 % | 4,5 % |
| Total de ingresos por ventas | 263.553 | 243.446 | 8,3 % | 6,0 % |
| Margen bruto | 132.672 | 123.952 | 7,0 % | 5,9 % |
| EBIT | 35.842 | 21.841 | 64,1 % | 66,4 % |
| EBITDA | 52.142 | 37.932 | 37,5 % | 37,7 % |
| Utilidad del período | 23.468 | 15.429 | 52,1 % | 55,5 % |
| Utilidad por acción | 63,5 | 48,4 | 31,1 % | 30,5 % |

| Principales indicadores (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera) | Acum '14 | Acum '13 | Cambio total% | Cambio Orgánico% |
|--|-----------------|-----------------|----------------------|-------------------------|
| Volúmenes | 10.986 | 10.318 | 6,5 % | 4,4 % |
| Total de ingresos por ventas | 598.364 | 547.546 | 9,3 % | 7,0 % |
| Margen bruto | 318.457 | 298.136 | 6,8 % | 5,5 % |
| EBIT | 91.859 | 79.872 | 15,0 % | 15,4 % |
| EBITDA | 124.472 | 111.136 | 12,0 % | 11,6 % |
| Utilidad del período | 64.036 | 55.745 | 14,9 % | 15,6 % |
| Utilidad por acción | 173,3 | 175,0 | (1,0)% | (0,3)% |

¹ Para mayor información sobre los términos utilizados por favor consulte el Glosario en Información Adicional y Tablas. Para detalles de crecimiento orgánico refiérase a la página 7. Las cifras fueron redondeadas en las tablas y los porcentajes pueden no sumar el 100% debido a aproximaciones.

² Todas las referencias en este Comunicado de Prensa, se entenderán referidas a cifras del 2T'14 comparadas con cifras del 2T'13. A menos que se indique lo contrario.

³ Considera el promedio ponderado de las acciones del período de acuerdo con el aumento de capital al 31 de diciembre 2013.

COMENTARIOS DEL GERENTE GENERAL

Estamos satisfechos con los resultados de los Volúmenes de CCU del segundo trimestre de 2014 que aumentaron un 6,6%, con crecimiento en la mayoría de los Segmentos de operación. En términos orgánicos, los Volúmenes crecieron un 4,5%, excluyendo el impacto positivo de la consolidación de la operación de Paraguay. El EBITDA creció 37,5% y el margen EBITDA fue de 19,8%. Al excluir las contraprestaciones recibidas por nuestra subsidiaria argentina CICSA⁴, por el término del contrato de importación que nos permitía importar y distribuir exclusivamente en Argentina las cervezas Corona y Negra Modelo, y la licencia para la fabricación y distribución de cerveza Budweiser en Uruguay, el EBITDA disminuyó 12,3% principalmente explicado por un Costo de ventas 9,5% mayor y gastos de MSD&A 14,7% más altos, mientras que el margen EBITDA disminuyó a 12,6%, 296 puntos base menos que en el segundo trimestre de 2013. Con todo, la Utilidad del período creció un 52,1% alcanzando CLP 23.468 millones en el trimestre.

El EBITDA del Segmento de operación Chile disminuyó 14,1% al tener un Costo de ventas 17,2% mayor, debido principalmente a una devaluación del peso de 14% frente al promedio del mismo trimestre del año pasado, sumado con el aumento de 20,3% en MSD&A por mayores costos de distribución y mayores gastos de marketing. Estos dos efectos no fueron compensados por los Volúmenes 6,5% mayores y los precios promedio 5,7% mayores. Sin embargo fuimos capaces de ganar participación de mercado en todas las categorías dentro de este Segmento de operación, a pesar de las alzas de precios implementadas en cerveza, no alcohólicas y licores.

El EBITDA del Segmento de operación Río de la Plata fue de CLP 13.087 millones. Excluyendo el efecto positivo y de una sola vez de las contraprestaciones mencionadas anteriormente en Argentina y Uruguay, el EBITDA fue negativo en CLP 5.795 millones debido a que la operación en Argentina no pudo compensar las desfavorables condiciones externas: menor consumo privado y restricciones del Gobierno en nuestro portafolio de productos importados afectaron nuestros volúmenes, mientras que presiones inflacionarias y una fuerte devaluación de la moneda de 52% año a año en dólares, aumentó nuestros Costos de ventas y gastos de MSD&A. Aun así, fuimos capaces de aumentar participación de mercado en nuestros negocios más relevantes en el Segmento de operación Río de la Plata.

Nuestro Segmento de operación Vinos continuó mostrando tendencias positivas. El EBITDA mostró un significativo aumento de 63,7% explicado principalmente por: el mercado Doméstico, donde los volúmenes aumentaron 6,9% y los precios aumentaron 2,9% impulsado por un mejor mix de ventas; el negocio de Exportación, donde los menores Volúmenes fueron completamente compensados por precios promedio 1,6% mayores en dólares y un mayor tipo de cambio; y los menores costos del vino. Además, el Segmento de operación Vinos consiguió la primera posición en participación de mercado según valor en toda la categoría de negocios para el mercado Doméstico.

Durante este trimestre continuamos con nuestra estrategia para lograr crecimiento no orgánico, al entrar en un nuevo mercado vecino a través de una sociedad que nos permitirá participar en el negocio de Bebidas Bolivianas S.A., que consiste en la producción, comercialización y venta multicategoría de bebidas alcohólicas y analcohólicas en Bolivia. Además, debemos destacar la distinción de ECCUSA, por PepsiCo, como Embotellador del Año a nivel Global.

Finalmente, los términos de la Reforma Tributaria siguen bajo discusión en el Congreso. De acuerdo a la última actualización, ya aprobada por la Cámara de Senadores, los cambios aumentarán los impuestos a las empresas, así como los impuestos sobre bebidas alcohólicas y azucaradas.

Nos mantenemos optimistas en nuestra búsqueda de oportunidades de crecimiento, así como cautelosos en este complejo escenario actual, decididos a constantemente alcanzar excelencia operacional y continuar nuestros esfuerzos en la reducción de gastos, estrategia de precios y maximización de márgenes en todas nuestras operaciones.

⁴ CICSA: Compañía Industrial Cervecera S.A, una subsidiaria de CCU Argentina

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO (Tablas 1 y 2)

TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS

2T'14 Aumentaron un 8,3% a CLP 263.553 millones como resultado de volúmenes 6,6% mayores, junto con un aumento de 1,5% en los precios promedio. Todos los Segmentos contribuyeron a este crecimiento en el Total de ingresos por ventas de la siguiente manera: Chile con un aumento de 12,6%, Vino con un 5,0% y Río de la Plata con un 2,0%.

En términos orgánicos, el Total de ingresos por ventas aumentó 6,0% como resultado de 4,5% mayores Volúmenes junto con precios promedio 1,5% más altos. El Segmento de operación Chile contribuyó a este aumento con un 12,6% de aumento en el Total de ingresos por ventas orgánico, dado que los Volúmenes aumentaron 6,5% junto con precios 5,7% mayores. El Segmento de operación Vinos contribuyó con un aumento de 5,0%, dado un aumento de 7,7% en los precios promedio, parcialmente compensado por una disminución de 2,5% en los Volúmenes orgánicos. Esto fue parcialmente compensado por el Segmento de operación Río de la Plata con una disminución de 10,0% en el Total de ingresos por ventas, dado que los volúmenes bajaron un 0,1% en términos orgánicos, junto con una disminución de 9,9% en los precios promedios medido en CLP.

2014 Como se informó, el Total de ingresos por ventas acumulados aumentó 9,3% a CLP 598.364 millones, como resultado de Volúmenes 6,5% mayores junto con precios promedio 2,6% mayores. En términos orgánicos, el Total de ingresos por ventas acumulado aumentó 7,0% a CLP 586.091 millones, como resultado de 4,4% mayores Volúmenes junto con un aumento de 2,5% en los precios promedio.

Total de ingresos por ventas por segmento

| | Total de ingresos por ventas (millones de CLP) | | | | | |
|--|--|--------|----------------|--------|----------------|-------------------|
| | 2T'14 | Mix | 2T'13 | Mix | Cambio Total % | Cambio Organico % |
| 1. Segmento de operación Chile | 175.097 | 66,4% | 155.461 | 63,9% | 12,6 | 12,6 |
| 2. Segmento de operación Río de la Plata | 46.843 | 17,8% | 45.939 | 18,9% | 2,0 | (10,0) |
| 3. Segmento de operación Vinos | 44.154 | 16,8% | 42.053 | 17,3% | 5,0 | 5,0 |
| 4. Otros/Eliminaciones | (2.540) | (1,0)% | (6) | (0,0)% | N/A | N/A |
| TOTAL | 263.553 | 100,0% | 243.446 | 100,0% | 8,3 | 6,0 |

| | Total de Ingresos por ventas (millones de CLP) | | | | | |
|--|--|--------|----------------|--------|----------------|-------------------|
| | Acum '14 | Mix | Acum '13 | Mix | Cambio Total % | Cambio Organico % |
| 1. Segmento de operación Chile | 399.814 | 66,8% | 358.115 | 65,4% | 11,6 | 11,6 |
| 2. Segmento de operación Río de la Plata | 123.426 | 20,6% | 118.687 | 21,7% | 4,0 | (6,3) |
| 3. Segmento de operación Vinos | 80.525 | 13,5% | 71.180 | 13,0% | 13,1 | 13,1 |
| 4. Otros/Eliminaciones | (5.401) | (0,9)% | (436) | (0,1)% | N/A | N/A |
| TOTAL | 598.364 | 100,0% | 547.546 | 100,0% | 9,3 | 7,0 |

MARGEN BRUTO

2T'14 Aumentó 7,0% a CLP 132.672 millones, como resultado de un Total de ingresos por ventas 8,3% más altos, parcialmente compensadas por un Costo de ventas 9,5% mayor que, como porcentaje del Total de ingresos por ventas, aumentó de 49,1% a 49,7%. Como consecuencia, el Margen bruto como porcentaje de Total de ingresos por ventas disminuyó de 50,9% a 50,3%.

En términos orgánicos, el Margen bruto aumentó 5,9% a CLP 131.212 millones debido a un Total de ingresos por ventas 6,0% más alto, parcialmente compensado por un 6,2% mayor Costo de ventas. En términos orgánicos, el Margen bruto como porcentaje del Total de ingresos por ventas disminuyó de 50,9% a 50,8%.

2014 El Margen bruto aumentó 6,8% a CLP 318.457 millones y como porcentaje del Total de ingresos por ventas disminuyó de 54,4% a 53,2%. En términos orgánicos, el Margen bruto subió 5,5% a CLP 314.584 millones y como porcentaje del Total de ingresos por ventas disminuyó de 54,4% a 53,7%.

EBIT

2T'14 Aumentó 64,1% a CLP 35.842 millones, explicado principalmente por el efecto positivo y único, de las compensaciones recibidas por nuestra subsidiaria argentina CICSA, por el término del contrato de importación que nos permitía importar y distribuir exclusivamente en Argentina las cervezas Corona y Negra Modelo, y la licencia para la fabricación y distribución de cerveza Budweiser en Uruguay. El margen EBIT creció 462 puntos base. Excluyendo el referido ítem no recurrente aumento 22,3% principalmente explicado por un Costo de venta 9,5% mayor, dada la devaluación de la moneda local en todos nuestros Segmentos de operación, y 14,7% aumento en los gastos de MSD&A, debido a mayores gastos de distribución y comercialización. Excluyendo las contraprestaciones, el margen EBIT disminuyó 254 puntos base.

En términos orgánicos, el EBIT aumentó 66,4% a CLP 36.354 millones, y el margen EBIT orgánico aumentó de 9,0% a 14,1%.

2014 El EBIT aumentó 15,0% a CLP 91.859 millones y el margen EBIT aumentó de 14,6% a 15,4%. En términos orgánicos, el EBIT aumentó 15,4% a CLP 92.149 millones y el margen EBIT orgánico aumentó de 14,6% a 15,7%.

EBIT y Margen EBIT por segmento

| | EBIT (millones de CLP) | | | | | | Margen EBIT | | | |
|--|------------------------|--------|---------------|---------|----------------|-------------------|--------------|--------|--------------------|-----------------------|
| | 2T'14 | Mix | 2T'13 | Mix | Cambio Total % | Cambio Organico % | 2T'14 | 2T'13 | Cambio total (bps) | Cambio Organico (bps) |
| 1. Segmento de operación Chile | 19.391 | 54,1% | 23.884 | 109,4% | (18,8) | (18,8) | 11,1% | 15,4% | (428,9) | (428,9) |
| 2. Segmento de operación Río de la Plata | 10.452 | 29,2 % | (4.023) | (18,4)% | 359,8 | 372,5 | 22,3 % | (8,8)% | 3107 | 3527 |
| 3. Segmento de operación Vinos | 7.334 | 20,5% | 3.834 | 17,6% | 91,3 | 91,3 | 16,6% | 9,1% | 749 | 749 |
| 4. Otros/Eliminaciones | (1.335) | (3,7)% | (1.854) | (8,5)% | (28,0) | (28,0) | - | - | - | - |
| TOTAL | 35.842 | 100,0% | 21.841 | 100,0% | 64,1 | 66,4 | 13,6% | 9,0% | 462,8 | 511,5 |

| | EBIT (millones de CLP) | | | | | | Margen EBIT | | | |
|--|------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|--------------|--------------|--------------------|-----------------------|
| | Acum '14 | Mix | Acum '13 | Mix | Cambio Total % | Cambio Organico % | Acum '14 | Acum '13 | Cambio Total (bps) | Cambio Organico (bps) |
| 1. Segmento de operación Chile | 60.159 | 65,5% | 69.797 | 87,4% | (13,8) | (13,8) | 15,0% | 19,5% | (444,3) | (444,3) |
| 2. Segmento de operación Río de la Plata | 16.977 | 18,5 % | 4.951 | 6,2 % | 242,9 | 248,8 | 13,8 % | 4,2 % | 958 | 1136 |
| 3. Segmento de operación Vinos | 12.662 | 13,8% | 4.240 | 5,3% | 198,6 | 198,6 | 15,7% | 6,0% | 977 | 977 |
| 4. Otros/Eliminaciones | 2.061 | 2,2 % | 884 | 1,1 % | 133,1 | 133,1 | - | - | - | - |
| TOTAL | 91.859 | 100,0% | 79.872 | 100,0% | 15,0 | 15,4 | 15,4% | 14,6% | 76,4 | 113,5 |

EBITDA

2T'14 Aumentó 37,5% a CLP 52.142 millones y el margen EBITDA, aumentó de 15,6% a 19,8%. En términos orgánicos, el EBITDA aumentó 37,7% a CLP 52.245 millones, y el margen EBITDA aumentó de 15,6% a 20,2%

2014 Aumentó 12,0% a CLP 124.472 millones y el margen EBITDA aumentó de 20,3% a 20,8%. En términos orgánicos, el EBITDA aumentó 11,6% a CLP 123.974 millones, y el margen EBITDA orgánico aumentó de 20,3% a 21,2%.

EBITDA y Margen EBITDA por segmento

| | EBITDA (millones de CLP) | | | | | | Margen EBITDA | | | |
|--|--------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|---------------|--------------|--------------------|-----------------------|
| | 2T'14 | Mix | 2T'13 | Mix | Cambio Total % | Cambio Organico % | 2T'14 | 2T'13 | Cambio total (bps) | Cambio Organico (bps) |
| 1. Segmento de operación Chile | 28.525 | 54,7% | 33.208 | 87,5% | (14,1) | (14,1) | 16,3% | 21,4% | (507,0) | (507,0) |
| 2. Segmento de operación Río de la Plata | 13.087 | 25,1 % | (1.507) | (4,0)% | N/A | N/A | 27,9 % | (3,3)% | 3122 | 3518 |
| 3. Segmento de operación Vinos | 9.066 | 17,4% | 5.538 | 14,6% | 63,7 | 63,7 | 20,5% | 13,2% | 736 | 736 |
| 4. Otros/Eliminaciones | 1.464 | 2,8 % | 694 | 1,8 % | 111,1 | 111,1 | - | - | - | - |
| TOTAL | 52.142 | 100,0% | 37.932 | 100,0% | 37,5 | 37,7 | 19,8% | 15,6% | 420,3 | 466,3 |

| | EBITDA (millones de CLP) | | | | | | Margen EBITDA | | | |
|--|--------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|-------------------|---------------|--------------|--------------------|-----------------------|
| | Acum '14 | Mix | Acum '13 | Mix | Cambio Total % | Cambio Organico % | Acum '14 | Acum '13 | Cambio Total (bps) | Cambio Organico (bps) |
| 1. Segmento de operación Chile | 78.824 | 63,3% | 88.136 | 79,3% | (10,6) | (10,6) | 19,7% | 24,6% | (489,6) | (489,6) |
| 2. Segmento de operación Río de la Plata | 22.103 | 17,8 % | 9.914 | 8,9 % | 122,9 | 117,9 | 17,9 % | 8,4 % | 955 | 1108 |
| 3. Segmento de operación Vinos | 16.087 | 12,9% | 7.504 | 6,8% | 114,4 | 114,4 | 20,0% | 10,5% | 944 | 944 |
| 4. Otros/Eliminaciones | 7.458 | 6,0 % | 5.583 | 5,0 % | 33,6 | 33,6 | - | - | - | - |
| TOTAL | 124.472 | 100,0% | 111.136 | 100,0% | 12,0 | 11,6 | 20,8% | 20,3% | 50,5 | 85,6 |

RESULTADO NO OPERACIONAL

2T'14 Disminuyó CLP 2.256 millones de una pérdida de CLP 2.388 a una pérdida de CLP 4.645 principalmente explicado por:

- **Gastos financieros netos** que disminuyeron CLP 1.614 millones de una pérdida de CLP 3.838 millones a una pérdida de CLP 2.224 millones, debido principalmente al aumento de los Ingresos financieros de un mayor Efectivo y Equivalentes al efectivo actuales.

- **Resultados por unidades de reajuste** que disminuyeron CLP 1.364 millones de una ganancia de CLP 87 millones a una pérdida de 1.277 millones, principalmente explicado por una alta inflación en el Segundo Trimestre de 2014 comparado con el mismo trimestre del año anterior.

• **Diferencias de cambio en moneda extranjera y Otras ganancias / (pérdidas)** que disminuyó CLP 2.174 millones de una ganancia de CLP 1.340 millones a una pérdida de CLP 834 millones, debido principalmente a pérdidas relacionadas con coberturas de las variaciones de tipo de cambio sobre los impuestos.

2014 Disminuyó CLP 284 millones de una pérdida de CLP 6.870 millones a una pérdida de 7.153 millones, debido principalmente a Resultados por unidades de reajuste y a Otras ganancias / (pérdidas), parcialmente compensados por los Gastos financieros netos.

IMPUESTOS A LAS GANANCIAS

2T'14 Aumentaron CLP 2.087 millones, mayormente explicados por el mayor Resultado Operacional de Río de la Plata debido al efecto positivo y único de las compensaciones, y por el alto Resultado Operacional del Segmento de operación Vinos.

2014 Disminuyeron CLP 74 millones, explicado por mayores resultados en los Segmentos de operación Río de la Plata y Vinos, completamente compensados por la variación del IPC en las partidas tributarias.

UTILIDAD ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA

2T'14 Aumentó 52,1% a CLP 23.468 millones, explicado principalmente por las ya mencionadas compensaciones recibidas por CICSA y por el mayor Resultado Operacional del Segmento de operación Vinos, parcialmente compensado por un menor Resultado no Operacional. En términos orgánicos, la Utilidad aumentó 55,5%.

2014 Aumentó CLP 8.291 millones a CLP 64.036 millones principalmente explicado por un Resultado Operacional mayor, debido en su mayoría a los Segmentos de operación Río de la Plata y Vinos, parcialmente compensados por Chile y el Resultado no Operacional.

CRECIMIENTO ORGÁNICO

El cuadro a continuación detalla el efecto de la primera consolidación por la adquisición de la operación en Paraguay en diciembre de 2013. Para una mejor comprensión, Proforma se refiere a los resultados consolidados reportados para el período.

| SEGUNDO TRIMESTRE (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera) | Reportado | | Efecto Paraguay ⁽¹⁾ | Proforma ⁽²⁾ | | Total ⁽³⁾ Cambio % | Orgánico ⁽⁴⁾ Cambio % |
|---|-----------|-----------|--------------------------------|-------------------------|-----------|----------------------------------|-------------------------------------|
| | 2014 | 2013 | | 2014 | 2013 | | |
| Volúmenes | 4.657 | 4.367 | 94 | 4.563 | 4.367 | 6,6 | 4,5 |
| Total ingresos por ventas | 263.553 | 243.446 | 5.489 | 258.064 | 243.446 | 8,3 | 6,0 |
| Total ingresos (CLP/HL) | 56.589 | 55.741 | 58.351 | 56.552 | 55.741 | 1,5 | 1,5 |
| Costo de ventas | (130.880) | (119.494) | (4.028) | (126.852) | (119.494) | 9,5 | 6,2 |
| como % del total ingresos | 49,7 | 49,1 | 73,4 | 49,2 | 49,1 | | |
| Margen bruto | 132.672 | 123.952 | 1.460 | 131.212 | 123.952 | 7,0 | 5,9 |
| como % del total ingresos | 50,3 | 50,9 | 26,6 | 50,8 | 50,9 | | |
| MSD&A | (117.241) | (102.252) | (1.969) | (115.272) | (102.252) | 14,7 | 12,7 |
| como % del total ingresos | 44,5 | 42,0 | 35,9 | 44,7 | 42,0 | | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 20.410 | 141 | (3) | 20.413 | 141 | N/A | N/A |
| EBIT | 35.842 | 21.841 | (512) | 36.354 | 21.841 | 64,1 | 66,4 |
| Margen EBIT (%) | 13,6 | 9,0 | (9) | 14,1 | 9,0 | | |
| EBITDA | 52.142 | 37.932 | (103) | 52.245 | 37.932 | 37,5 | 37,7 |
| Margen EBITDA (%) | 19,8 | 15,6 | (2) | 20,2 | 15,6 | | |

(1) Efecto de la exclusión de los resultados de Paraguay con respecto al trimestre como se informó.

(2) Excluyendo los efectos mencionados para el período.

(3) Cambio total se refiere a la variación de las cifras reportadas.

(4) Cambio organico se refiere a la variación de las cifras Proforma.

| ACUMULADO JUNIO (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera) | Reportado | | Efecto Paraguay ⁽¹⁾ | Proforma ⁽²⁾ | | Total ⁽³⁾ Cambio % | Orgánico ⁽⁴⁾ Cambio % |
|---|-----------|-----------|--------------------------------|-------------------------|-----------|----------------------------------|-------------------------------------|
| | 2014 | 2013 | | 2014 | 2013 | | |
| Volúmenes | 10.986 | 10.318 | 209 | 10.777 | 10.318 | 6,5 | 4,4 |
| Total ingresos por ventas | 598.364 | 547.546 | 12.273 | 586.091 | 547.546 | 9,3 | 7,0 |
| Total ingresos (CLP/HL) | 54.464 | 53.065 | 58.694 | 54.382 | 53.065 | 2,6 | 2,5 |
| Costo de ventas | (279.907) | (249.410) | (8.400) | (271.507) | (249.410) | 12,2 | 8,9 |
| como % del total ingresos | 46,8 | 45,6 | 68,4 | 46,3 | 45,6 | | |
| Margen bruto | 318.457 | 298.136 | 3.873 | 314.584 | 298.136 | 6,8 | 5,5 |
| como % del total ingresos | 53,2 | 54,4 | 31,6 | 53,7 | 54,4 | | |
| MSD&A | (249.000) | (219.104) | (4.166) | (244.834) | (219.104) | 13,6 | 11,7 |
| como % del total ingresos | 41,6 | 40,0 | 33,9 | 41,8 | 40,0 | | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 22.402 | 841 | 2 | 22.400 | 841 | N/A | N/A |
| EBIT | 91.859 | 79.872 | (291) | 92.149 | 79.872 | 15,0 | 15,4 |
| Margen EBIT (%) | 15,4 | 14,6 | (2) | 15,7 | 14,6 | | |
| EBITDA | 124.472 | 111.136 | 498 | 123.974 | 111.136 | 12,0 | 11,6 |
| Margen EBITDA (%) | 20,8 | 20,3 | 4 | 21,2 | 20,3 | | |

(1) Efecto de la exclusión de los resultados de Paraguay con respecto al trimestre como se informó.

(2) Excluyendo los efectos mencionados para el período.

(3) Cambio total se refiere a la variación de las cifras reportadas.

(4) Cambio organico se refiere a la variación de las cifras Proforma.

SEGMENTOS DE OPERACIÓN (Tablas 3 y 4)

1. CHILE

Total de ingresos por ventas por ventas aumentó 12,6% a CLP 175.097 millones como resultado de 6,5% mayores Volúmenes junto con precios promedio 5,7% mayores.

EBIT disminuyó 18,8% a CLP 19.391 millones debido a 17,2% mayores Costos de Venta y 20,3% mayores gastos de MSD&A, parcialmente compensado por un Total de ingresos por ventas 12,6% mayores. El Costo de ventas como porcentaje del Total de ingresos por ventas, aumentó de 47,4% a 49,3%, principalmente explicado por una devaluación del peso chileno de 14% comparado con el mismo trimestre del año anterior. Los gastos de MSD&A como porcentaje del Total de ingresos por ventas, aumentaron de 37,2% a 39,7%, explicados casi totalmente por el aumento de los gastos de distribución y de comercialización. El margen EBIT disminuyó de 15,4% a 11,1%.

EBITDA disminuyó 14,1% a CLP 28.525 millones y el margen EBITDA disminuyó de 21,4% a 16,3%.

Comentarios La operación de Chile mostró crecimiento de Volúmenes en todos los negocios, impulsado en parte por las actividades de promoción relacionadas al Mundial de fútbol. La buena ejecución en los puntos de venta y las efectivas campañas de marketing, nos permitió aumentar la participación de mercado consolidada en el Segmento de operación a pesar de las alzas de precios implementadas en la mayoría de nuestras categorías de alrededor 3,5% en cervezas, 3,6% en bebidas gaseosas y 4,9% en licores.

Siguiendo con la estrategia de innovación, debemos destacar la introducción de cerveza Sol a nivel nacional a finales de mayo. Esta cerveza, previamente lanzada en el norte de Chile, fue capaz de entregar excelentes resultados. Asimismo, "Escudo XXX" se introdujo como una extensión de marca junto con nuevos envases retornables para néctares entre otras innovaciones.

Promociones y marketing para marcas clave impulsaron el consumo per cápita. Centrados en la marca Cristal, como patrocinador oficial de la selección Chilena de fútbol, entregaron excelentes resultados a través de una fuerte campaña publicitaria en redes sociales y televisión. Además, Gatorade fue parte de la campaña global "Fútbol 2014", con sabores de edición limitada y fotografías de las estrellas de fútbol en los envases. Por último, queremos destacar la serie de iniciativas para promover el consumo Premium de Pisco que incluía programas instructivos de preparación de cócteles.

Los términos de la Reforma Tributaria siguen bajo discusión en el Congreso. De acuerdo a la última actualización, ya aprobada por la Cámara de Senadores, los cambios aumentarán los impuestos a las empresas, así como los impuestos sobre bebidas alcohólicas y azucaradas.

Adicionalmente, debemos destacar la distinción de ECCUSA por PepsiCo como Embotellador del Año a nivel Global. Además, fuimos votados como una de las "Empresas más Admiradas" y una de las "Empresas más Respetadas" en Chile por dos de los rankings locales más reconocidos.

Nos mantenemos optimistas en nuestra búsqueda de oportunidades de crecimiento en Chile, así como cautelosos en este complejo escenario actual, decididos a constantemente alcanzar excelencia operacional y continuar nuestros esfuerzos en la reducción de gastos, estrategia de precios y maximización de márgenes en todo nuestro Segmento de operación Chile.

2. RIO DE LA PLATA

Total de ingresos por ventas en pesos chilenos, aumentó 2,0% a CLP 46.843 millones como resultado de un aumento de 10,7% en los Volúmenes, parcialmente compensado por una disminución de 7,9% en los precios de venta promedio. En términos orgánicos, el Total de ingresos por ventas por ventas decreció 10,0% como resultado de una disminución de 0,1% en el Volumen de ventas, en conjunto con precios de venta promedio 9,9% menores medidos en CLP, dada una devaluación de 52% del peso argentino con respecto al dólar.

EBIT medido en pesos chilenos aumentó 359,8% a CLP 10.452 millones como resultado del efecto positivo y único, de las contraprestaciones por las marcas Corona y Negra Modelo en Argentina y la marca Budweiser en Uruguay. El margen EBIT aumentó de 8,8% negativo a 22,3%. En términos orgánicos, aumentó 372,5, y el margen EBIT aumentó de 8,8% negativo a 26,5%

EBITDA medido en pesos chilenos, aumentó 968,2% a CLP 13.087 millones y el margen EBITDA aumentó de 3,3% negativo a 27,9%. En términos orgánicos, el EBITDA aumentó 975,0% y el margen EBITDA aumentó de 3,3% negativo a 31,9%.

Comentarios La caída de Volúmenes orgánicos del Segmento de operación Río de la Plata se explica principalmente por la operación en Argentina que se vio afectada negativamente por la desaceleración del consumo privado y de las restricciones del gobierno sobre los productos importados.

En Argentina, los esfuerzos de disminución de gastos y aumentos de precios en marzo no fueron suficientes para compensar el aumento en actividades promocionales y los aumentos de costos debido a la inflación y la devaluación. Como mencionamos en nuestra Información de Interés para el Mercado el 6 de junio, referido a los acuerdos alcanzados por nuestra subsidiaria argentina Compañía Industrial Cervecera S.A. ("CICSA") con Cervecería Modelo S. de R.L. de CV y con Anheuser-Busch LLC, sobre el término del contrato de importación que permitía a CICSA importar y distribuir exclusivamente en Argentina las cervezas Corona y Negra Modelo, y la licencia para la fabricación y distribución de cerveza Budweiser en Uruguay. CICSA recibió como contraprestación a estos acuerdos la suma de ARS\$ 277,2 millones, equivalentes a USD 34,2 millones

En cuanto a participación de mercado, hemos sido capaces de aumentarla en nuestros negocios más relevantes en el Segmento de operación Río de la Plata.

La integración de las nuevas operaciones adquiridas en Paraguay y Uruguay está progresando bien, con crecimientos de Volúmenes a pesar de los altos desafíos competitivos.

3. VINOS

Total de ingresos por ventas aumentó 5,0% a CLP 44.154 millones, principalmente debido a un aumento de 8,3%⁵ en los precios promedio, parcialmente compensado por Volúmenes de ventas 2,5% menor.

EBIT aumentó 91,3% a CLP 7.334 millones principalmente debido a mayores precios promedios, al efecto positivo de la devaluación del peso chileno en el lado de las exportaciones de la empresa y a la reducción del Costo de ventas atribuible a un menor costo del vino y a las iniciativas de reducción de costos en Argentina. Los gastos de MSD&A aumentaron 9,5%, principalmente debido a mayores gastos de comercialización como hemos continuado con nuestra estrategia de invertir más en marketing –creación de marca-. El Margen EBIT aumentó de 9,1% a 16,6%.

EBITDA aumentó 63,7% a CLP 9.066 millones y el margen EBITDA aumentó de 13,2% a 20,5%. Excluyendo el impacto de un mayor tipo de cambio, lo que representa CLP 2.513 millones, el EBITDA creció 18,3%, confirmando el excelente desempeño del Segmento de operación Vinos.

Comentarios Los resultados del segundo trimestre de 2014 fueron positivamente influenciados por: i) un buen desempeño en el mercado Doméstico, donde los volúmenes aumentaron 6,9% y los precios 2,9% impulsados por un mejor mix de ventas; ii) en el lado de las Exportaciones, el aumento de 1,6% en los precios promedio compensaron parcialmente los menores Volúmenes y; iii) un mejor rendimiento en Argentina en términos de utilidades. El segmento de operación Vinos también fue positivamente afectado por los menores costos de vino y la depreciación del peso chileno frente al dólar estadounidense.

Aspectos destacados de la operación Domestica se pueden encontrar en todas las categorías en las que participamos, gracias a marcas saludables y una buena ejecución: los Volúmenes de vinos embotellados finos contra el mismo trimestre del año anterior aumentaron 10%, los vinos masivos se incrementaron un 7% y el vino espumante embotellado creció 23%. Por otra parte, de acuerdo a Nielsen Chile, el Segmento de operación Vinos mostró un buen desempeño tanto en volumen como en valor. Vale la pena mencionar que en 2014, el Segmento de operación Vinos alcanzó la primera posición en participación de mercado según valor en toda la categoría de negocios con el 27,2% en total.

Como se mencionó anteriormente, la operación domestica se verá afectada por la reforma tributaria en Chile, que incluye un aumento en los impuestos sobre el alcohol. Hemos estado haciendo nuestros mejores esfuerzos a través de nuestras asociaciones comerciales para discutir en favor de los términos más justos para la industria.

En Argentina, a pesar de tener menores Volúmenes, las operaciones siguieron mostrando un buen desempeño en las ganancias impulsados por su fuerte disciplina en la reducción de gastos, las sinergias con las operaciones de Segmento de operaciones y el foco estratégico en los mercados clave. Esperamos mantener la tendencia positiva durante el año.

En el negocio de Exportación, los menores Volúmenes no fue totalmente compensados por el aumento en los Volúmenes en Asia. Nuestra estrategia continuó con lanzamientos en nuevos mercados, como Gato Cabernet Sauvignon Rose en Suecia; y la construcción de marca a través de diversos reconocimientos y las iniciativas de marketing, como Castillo de Molina como "Vino del Año" en Finlandia o el patrocinio con 1865 de reconocidas figuras deportivas. Finalmente, éste trimestre, nuestro vino Premium 1865 Edición Limitada Syrah fue galardonado con Medalla de Oro en la última edición de los "Decanter World Wine Awards" y también ganó un trofeo regional, que es un reconocimiento importante para nuestro equipo de elaboración del vino.

⁵ Excluyendo vino a granel.

INFORMACIÓN ADICIONAL Y TABLAS

DESCRIPCIÓN DE CCU

CCU es una empresa diversificada de bebidas, con operaciones principalmente en Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia. CCU es el mayor cervecero chileno, el segundo mayor productor de bebidas gaseosas en Chile, el mayor embotellador de aguas y néctares en Chile, el segundo cervecero en Argentina, el segundo mayor productor de vinos chilenos y el mayor distribuidor de pisco. También participa en los negocios del HOD, ron, y confites en Chile, en el de la cerveza, aguas y bebidas gaseosas en Uruguay, y en los negocios de bebidas gaseosas, aguas y néctares y en la distribución de cerveza en Paraguay y Bolivia. La Compañía tiene contratos de licencia con Heineken Brouwerijen B.V., Anheuser-Busch Incorporated, PepsiCo Inc., Schweppes Holdings Limited, Guinness Brewing Worldwide Limited, Société des Produits Nestlé S.A., Pernod Ricard y Compa  a Pisquera Bauz   S.A. Para mayor información, visite www.ccu.cl.

INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los comentarios realizados en éste comunicado que est  n 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 empresa 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 Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), 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.
- **Río de la Plata:** 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.
- **Otros/Eliminaciones:** Considera los gastos e ingresos corporativos y las eliminaciones de las transacciones realizadas entre segmentos generales no asignados y el resultado de la subsidiaria de logística..

Costo de venta

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

Crecimiento Orgánico

El crecimiento orgánico se refiere al crecimiento que excluye el efecto de los cambios de consolidación y el efecto de la consolidación por primera vez de una adquisición

Deuda neta

La Deuda financiera total menos Efectivo y equivalentes de efectivo.

Deuda 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 ganancias antes de otras ganancias (perdidas), 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 o 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 neta. 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 (Operating Result Before Depreciation and Amortization), usado en el formulario 20-F.

Margen bruto

Margen bruto corresponde a la diferencia entre el Ingreso y el Costo de venta, y corresponde al resultado antes de impuestos, gastos financieros netos, resultados por unidades de reajuste, resultados de negocios conjuntos y otras ganancias / (pérdidas) por diferencias de tipo de cambio.

MSD&A

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

UF

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

Utilidad del período

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

Tabla 1: Estado de Resultados (Segundo Trimestre 2014)

| Segundo Trimestre | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | Total Variación % | Organic Variación % |
|--|-------------------|-----------|----------------------------------|---------|----------------------|------------------------|
| | (Millones de CLP) | | (Millones de USD) ⁽¹⁾ | | | |
| Total ingresos por ventas | 263.553 | 243.446 | 475,4 | 439,2 | 8,3 | 6,0 |
| Costo de Venta | (130.880) | (119.494) | (236,1) | (215,6) | 9,5 | 6,2 |
| % del Total de ingresos | 49,7 | 49,1 | 49,7 | 49,1 | - | - |
| Margen Bruto | 132.672 | 123.952 | 239,3 | 223,6 | 7,0 | 5,9 |
| MSD&A | (117.241) | (102.252) | (211,5) | (184,5) | 14,7 | 12,7 |
| % del Total de ingresos | 44,5 | 42,0 | 0,1 | 0,1 | - | - |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 20.410 | 141 | 36,8 | 0,3 | N/A | N/A |
| EBIT | 35.842 | 21.841 | 64,7 | 39,4 | 64,1 | 66,4 |
| % del Total de ingresos | 13,6 | 9,0 | 13,6 | 9,0 | - | - |
| Gastos Financieros netos | (2.224) | (3.838) | (4,0) | (6,9) | (42,1) | (40,8) |
| Utilidad de negocios conjuntos y asociadas | (311) | 23 | (0,6) | 0,0 | N/A | N/A |
| Diferencia de cambio | (561) | (530) | (1,0) | (1,0) | 5,8 | 0,5 |
| Resultado por unidades de reajuste | (1.277) | 87 | (2,3) | 0,2 | N/A | N/A |
| Otras ganancias / (pérdidas) | (273) | 1.870 | (0,5) | 3,4 | (114,6) | (114,6) |
| Total Resultado no operacional | (4.645) | (2.388) | (8,4) | (4,3) | 94,5 | 83,2 |
| Utilidad antes de impuestos | 31.197 | 19.453 | 56,3 | 35,1 | 60,4 | 64,4 |
| Impuestos a las ganancias | (4.363) | (2.276) | (7,9) | (4,1) | 91,7 | 92,4 |
| Utilidad del período | 26.834 | 17.177 | 48,4 | 31,0 | 56,2 | 60,7 |
| Utilidad del período atribuible a: | | | | | | |
| Propietarios de la controladora | 23.468 | 15.429 | 42,3 | 27,8 | 52,1 | 55,5 |
| Participaciones no controladoras | 3.366 | 1.748 | 6,1 | 3,2 | 92,6 | 106,2 |
| EBITDA | 52.142 | 37.932 | 94,1 | 68,4 | 37,5 | 37,7 |
| % del Total de ingresos | 19,8 | 15,6 | 19,8 | 15,6 | - | - |

INFORMACIÓN ADICIONAL

| | | | | | | |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------|-------|
| Numero de Acciones ⁽²⁾ | 369.502.872 | 318.502.872 | 369.502.872 | 318.502.872 | | |
| Acciones por ADR | 2 | 2 | 2 | 2 | | |
| Utilidad por acción | 63,51 | 48,44 | 0,1 | 0,1 | 31,1 | 30,5 |
| Utilidad por ADR | 127,02 | 96,89 | 0,2 | 0,2 | 31,1 | 30,5 |
| Depreciación | 16.300 | 16.091 | 29,4 | 29,0 | 1,3 | (3,6) |
| CAPEX | 36.176 | 27.365 | 65,3 | 49,4 | 32,2 | 32,2 |

(1) Tipo de cambio Promedio: US\$1,00 = CLP 554,35

(2) Considera el promedio ponderado de las acciones del período de acuerdo con el aumento de capital al 31 de diciembre de 2013

Tabla 2: Estado de Resultados (Seis meses finalizados el 30 de Junio de 2014)

| ACUMULADO JUNIO | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | Total | Organic |
|--|---------------|-----------|------------------------------|---------|----------|----------|
| | (CLP million) | | (USD million) ⁽¹⁾ | | Change % | Change % |
| Total ingresos por ventas | 598.364 | 547.546 | 1.079,4 | 987,7 | 9,3 | 7,0 |
| Costo de Venta | (279.907) | (249.410) | (504,9) | (449,9) | 12,2 | 8,9 |
| % del Total de ingresos | 46,8 | 45,6 | 0,1 | 0,1 | - | - |
| Margen Bruto | 318.457 | 298.136 | 574,5 | 537,8 | 6,8 | 5,5 |
| MSD&A | (249.000) | (219.104) | (449,2) | (395,2) | 13,6 | 11,7 |
| % del Total de ingresos | 41,6 | 40,0 | 0,1 | 0,1 | - | - |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 22.402 | 841 | 40,4 | 1,5 | N/A | N/A |
| EBIT | 91.859 | 79.872 | 165,7 | 144,1 | 15,0 | 15,4 |
| % del Total de ingresos | 15,4 | 14,6 | 0,0 | 0,0 | - | - |
| Gastos Financieros netos | (3.504) | (7.777) | (6,3) | (14,0) | (54,9) | (54,6) |
| Utilidad de negocios conjuntos y asociadas | (383) | (2) | (0,7) | (0,0) | N/A | N/A |
| Diferencia de cambio | (1.812) | (648) | (3,3) | (1,2) | (179,4) | (178,9) |
| Resultado por unidades de reajuste | (2.464) | (122) | (4,4) | (0,2) | N/A | N/A |
| Otras ganancias / (pérdidas) | 1.011 | 1.679 | 1,8 | 3,0 | (39,8) | 39,8 |
| Total Resultado no operacional | (7.153) | (6.870) | (12,9) | (12,4) | (4,1) | 0,3 |
| Utilidad antes de impuestos | 84.705 | 73.003 | 152,8 | 131,7 | 16,0 | 16,8 |
| Impuestos a las ganancias | (13.649) | (13.723) | (24,6) | (24,8) | (0,5) | (0,4) |
| Utilidad del período | 71.056 | 59.279 | 128,2 | 106,9 | 19,9 | 20,8 |
| Utilidad del período atribuible a: | | | | | | |
| Propietarios de la controladora | 64.036 | 55.745 | 115,5 | 100,6 | 14,9 | 15,6 |
| Participaciones no controladoras | 7.020 | 3.535 | 12,7 | 6,4 | 98,6 | 102,1 |
| EBITDA | 124.472 | 111.136 | 224,5 | 200,5 | 12,0 | 33,6 |
| % del Total de ingresos | 20,8 | 20,3 | 20,8 | 20,3 | - | - |

INFORMACIÓN ADICIONAL

| | Número de acciones ⁽²⁾ | 369.502.872 | 318.502.872 | 369.502.872 | 318.502.872 | | |
|---------------------|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------|-------|
| Acciones por ADR | | 2 | 2 | 2 | 2 | | |
| Utilidad por acción | | 173,30 | 175,02 | 0,3 | 0,3 | (1,0) | (0,3) |
| Utilidad por ADR | | 346,61 | 350,04 | 0,6 | 0,6 | (1,0) | (0,3) |
| Depreciación | | 32.613 | 31.264 | 58,8 | 56,4 | 4,3 | 1,8 |
| CAPEX | | 64.196 | 50.930 | 115,8 | 91,9 | 26,0 | N/A |

(1) Tipo de cambio Promedio: US\$1,00 = CLP 554,35

(2) Considera el promedio ponderado de las acciones del período de acuerdo con el aumento de capital al 31 de diciembre de 2013.

Tabla 3: Información de los Segmentos (Segundo Trimestre 2014)

| Segundo Trimestre (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera) | 1. Segmento de operación Chile | | | | 2. Segmento de operación Río de la Plata ⁽¹⁾ | | | | 3. Segmento de operación Vinos | | | |
|---|--------------------------------|----------|---------|-----------|---|----------|---------|-----------|--------------------------------|----------|---------|-----------|
| | 2014 | 2013 | Total % | Organic % | 2014 | 2013 | Total % | Organic % | 2014 | 2013 | Total % | Organic % |
| Volúmenes | 3.347 | 3.141 | 6,5 | 6,5 | 967 | 874 | 10,7 | (0,1) | 344 | 353 | (2,5) | (2,5) |
| Total ingresos por ventas | 175.097 | 155.461 | 12,6 | 12,6 | 46.843 | 45.939 | 2,0 | (10,0) | 44.154 | 42.053 | 5,0 | 5,0 |
| Total ingresos (CLP/HL) | 52.319 | 49.492 | 5,7 | 5,7 | 48.459 | 52.589 | -7,9 | (9,9) | 128.354 | 119.182 | 7,7 | 7,7 |
| Costo de ventas | (86.402) | (73.722) | 17,2 | 17,2 | (24.944) | (20.774) | 20,1 | 0,7 | (24.401) | (26.868) | (9,2) | (9,2) |
| % del Total de ingresos | 49,3 | 47,4 | | | 53,3 | 45,2 | | | 55,3 | 63,9 | | |
| Margen bruto | 88.695 | 81.738 | 8,5 | 8,5 | 21.898 | 25.165 | (13,0) | (18,8) | 19.752 | 15.185 | 30,1 | 30,1 |
| % del Total de ingresos | 50,7 | 52,6 | | | 46,7 | 54,8 | | | 44,7 | 36,1 | | |
| MSD&A | (69.532) | (57.784) | 20,3 | 20,3 | (30.448) | (29.386) | 3,6 | (3,1) | (12.392) | (11.322) | 9,5 | 9,5 |
| % del Total de ingresos | 39,7 | 37,2 | | | 65,0 | 64,0 | | | 28,1 | 26,9 | | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 228 | (70) | 425,4 | 425,4 | 19.002 | 199 | N/A | N/A | (27) | (29) | (9,4) | (9,4) |
| EBIT | 19.391 | 23.884 | (18,8) | (18,8) | 10.452 | (4.023) | (359,8) | (372,5) | 7.334 | 3.834 | 91,3 | 91,3 |
| Margen EBIT | 11,1 | 15,4 | 0,0 | 0,0 | 22,3 | (8,8) | 0,0 | 0,0 | 16,6 | 9,1 | 0,0 | 0,0 |
| EBITDA | 28.525 | 33.208 | (14,1) | (14,1) | 13.087 | (1.507) | N/A | N/A | 9.066 | 5.538 | 63,7 | 63,7 |
| Margen EBITDA | 16,3 | 21,4 | | | 27,9 | (3,3) | | | 20,5 | 13,2 | | |

| Segundo Trimestre (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera) | 4. Otros/Eliminaciones | | | | Total | | | |
|---|------------------------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|
| | 2014 | 2013 | Total % | Organic % | 2014 | 2013 | Total % | Organic % |
| Volúmenes | - | - | | | 4.657 | 4.367 | 6,6 | 4,5 |
| Total ingresos por ventas | (2.540) | (6) | N/A | N/A | 263.553 | 243.446 | 8,3 | 6,0 |
| Total ingresos (CLP/HL) | | | | | 56.589 | 55.741 | 1,5 | 1,5 |
| Costo de ventas | 4.867 | 1.870 | 160,3 | 160,3 | (130.880) | (119.494) | 9,5 | 6,2 |
| % del Total de ingresos | | | | | 49,7 | 49,1 | | |
| Margen bruto | 2.327 | 1.864 | 24,8 | 24,8 | 132.672 | 123.952 | 7,0 | 5,9 |
| % del Total de ingresos | | | | | 50,3 | 50,9 | | |
| MSD&A | (4.869) | (3.760) | 29,5 | 29,5 | (117.241) | (102.252) | 14,7 | 12,7 |
| % del Total de ingresos | | | | | 44,5 | 42,0 | | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 1.207 | 41 | N/A | N/A | 20.410 | 141 | N/A | N/A |
| EBIT | (1.335) | (1.854) | (28,0) | (28,0) | 35.842 | 21.841 | 64,1 | 66,4 |
| Margen EBIT | - | - | - | - | 13,6 | 9,0 | 0,0 | 0,0 |
| EBITDA | 1.464 | 694 | 111,1 | 111,1 | 52.142 | 37.932 | 37,5 | 37,7 |
| Margen EBITDA | | | | | 19,8 | 15,6 | | |

(1) Orgánico excluye los resultados de Paraguay del Trimestre reportado

COMUNICADO DE PRENSA

Tabla 4: Información por segmentos (Seis meses finalizados el 30 de Junio de 2014)

| ACUMULADO JUNIO (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de o | 1. Segmento de operación Chile | | | | 2. Segmento de operación Río de la Plata ⁽¹⁾ | | | | 3. Segmento de operación Vinos | | | |
|--|--------------------------------|-----------|---------|------------|---|----------|---------|------------|--------------------------------|----------|---------|------------|
| | 2014 | 2013 | Total % | Orgánico % | 2014 | 2013 | Total % | Orgánico % | 2014 | 2013 | Total % | Orgánico % |
| Volúmenes | 7.901 | 7.414 | 6,6 | 6,6 | 2.461 | 2.298 | 7,1 | (2,0) | 624 | 607 | 2,8 | 2,8 |
| Total ingresos por ventas | 399.814 | 358.115 | 11,6 | 11,6 | 123.426 | 118.687 | 4,0 | (6,3) | 80.525 | 71.180 | 13,1 | 13,1 |
| Total ingresos (CLP/HL) | 50.602 | 48.303 | 4,8 | 4,8 | 50.148 | 53.716 | -6,6 | (8,1) | 129.049 | 117.314 | 10,0 | 10,0 |
| Costo de ventas | (188.089) | (160.156) | 17,4 | 17,4 | (57.295) | (48.603) | 17,9 | 0,6 | (44.939) | (46.237) | (2,8) | (2,8) |
| como % del total ingresos | 47,0 | 44,7 | | | 46,4 | 41,0 | | | 55,8 | 65,0 | | |
| Margen bruto | 211.725 | 197.959 | 7,0 | 7,0 | 66.132 | 70.084 | (5,6) | (11,2) | 35.586 | 24.943 | 42,7 | 42,7 |
| como % del total ingresos | 53,0 | 55,3 | | | 53,6 | 59,0 | | | 44,2 | 35,0 | | |
| MSD&A | (152.041) | (128.503) | 18,3 | 18,3 | (68.504) | (65.489) | 4,6 | (1,8) | (23.217) | (20.772) | 11,8 | 11,8 |
| como % del total ingresos | 38,0 | 35,9 | | | 55,5 | 55,2 | | | 28,8 | 29,2 | | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 475 | 341 | 39,1 | 39,1 | 19.350 | 356 | N/A | N/A | 294 | 69 | 324,4 | 324,4 |
| EBIT | 60.159 | 69.797 | (13,8) | (13,8) | 16.977 | 4.951 | 242,9 | 248,8 | 12.662 | 4.240 | 198,6 | 198,6 |
| Margen EBIT | 15,0 | 19,5 | | | 13,8 | 4,2 | | | 15,7 | 6,0 | | |
| EBITDA | 78.824 | 88.136 | (10,6) | (10,6) | 22.103 | 9.914 | 122,9 | 117,9 | 16.087 | 7.504 | 114,4 | 114,4 |
| Margen EBITDA | 19,7 | 24,6 | | | 17,9 | 8,4 | | | 20,0 | 10,5 | | |

| ACUMULADO JUNIO (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de o | 4. Otros/Eliminaciones | | | | Total | | | |
|--|------------------------|---------|---------|------------|-----------|-----------|---------|------------|
| | 2014 | 2013 | Total % | Orgánico % | 2014 | 2013 | Total % | Orgánico % |
| Volúmenes | - | - | | | 10.986 | 10.318 | 6,5 | 4,4 |
| Total ingresos por ventas | (5.401) | (436) | N/A | N/A | 598.364 | 547.546 | 9,3 | 7,0 |
| Total ingresos (CLP/HL) | | | | | 54.464 | 53.065 | 2,6 | 2,5 |
| Costo de ventas | 10.416 | 5.586 | 86,5 | 86,5 | (279.907) | (249.410) | 12,2 | 8,9 |
| como % del total ingresos | | | | | 46,8 | 45,6 | | |
| Margen bruto | 5.014 | 5.151 | (2,6) | (2,6) | 318.457 | 298.136 | 6,8 | 5,5 |
| como % del total ingresos | | | | | 53,2 | 54,4 | | |
| MSD&A | (5.238) | (4.341) | 20,7 | 20,7 | (249.000) | (219.104) | 13,6 | 11,7 |
| como % del total ingresos | | | | | 41,6 | 40,0 | | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 2.284 | 75 | N/A | N/A | 22.402 | 841 | N/A | N/A |
| EBIT | 2.061 | 884 | 133,1 | 133,1 | 91.859 | 79.872 | 15,0 | 15,4 |
| Margen EBIT | | | | | 15,4 | 14,6 | | |
| EBITDA | 7.458 | 5.583 | 33,6 | 33,6 | 124.472 | 111.136 | 12,0 | 11,6 |
| Margen EBITDA | | | | | 20,8 | 20,3 | | |

(1) Orgánico excluye los resultados de Paraguay del Acumulado reportado

Tabla 5: Balance

| | Al 30 de junio | Al 31 de diciembre | Al 30 de junio | Al 31 de diciembre | % de cambio |
|--|------------------|--------------------|----------------|--------------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | |
| | MM CLP | | MM US\$(1) | | |
| ACTIVOS | | | | | |
| Efectivo y equivalentes al efectivo | 275.201 | 408.853 | 498 | 740 | (32,7) |
| Otros activos corrientes | 375.320 | 409.644 | 679 | 741 | (8,4) |
| Total activos corrientes | 650.521 | 818.497 | 1.177 | 1.481 | (20,5) |
| Propiedades, plantas y equipos (neto) | 701.706 | 680.994 | 1.270 | 1.232 | 3,0 |
| Otros activos no corrientes | 240.928 | 228.229 | 436 | 413 | 5,6 |
| Total activos no corrientes | 942.634 | 909.223 | 1.705 | 1.645 | 3,7 |
| Total activos | 1.593.154 | 1.727.720 | 2.882 | 3.126 | (7,8) |
| PASIVOS | | | | | |
| Deuda financiera corriente | 59.521 | 120.488 | 108 | 218 | (50,6) |
| Otros pasivos | 208.386 | 288.641 | 377 | 522 | (27,8) |
| Total pasivos corrientes | 267.907 | 409.129 | 485 | 740 | (34,5) |
| Deuda financiera no corriente | 137.149 | 142.763 | 248 | 258 | (3,9) |
| Otros pasivos no corrientes | 84.654 | 91.584 | 153 | 166 | (7,6) |
| Total pasivos no corrientes | 221.803 | 234.347 | 401 | 424 | (5,4) |
| Total pasivos | 489.710 | 643.476 | 886 | 1.164 | (23,9) |
| PATRIMONIO NETO | | | | | |
| Capital emitido | 562.693 | 562.693 | 1.018 | 1.018 | - |
| Otras reservas | (80.707) | (65.882) | (146) | (119) | (22,5) |
| Ganancias acumuladas | 524.024 | 491.864 | 948 | 890 | 6,5 |
| Subtotal patrimonio neto atribuible a los propietarios de la controladora | 1.006.010 | 988.676 | 1.820 | 1.789 | 1,8 |
| Participaciones no controladoras | 97.434 | 95.568 | 176 | 173 | 2,0 |
| Total patrimonio neto | 1.103.445 | 1.084.244 | 1.996 | 1.962 | 1,8 |
| Total pasivos y patrimonio neto | 1.593.154 | 1.727.720 | 2.882 | 3.126 | (7,8) |

INFORMACIÓN FINANCIERA ADICIONAL

| | | | | | |
|-----------------------------------|----------|-----------|-------|-------|--------|
| Total Deuda Financiera | 196.670 | 263.251 | 356 | 476 | (25,3) |
| Deuda Financiero Neta | (78.531) | (145.602) | (142) | (263) | (46,1) |
| Razón de liquidez | 2,43 | 2,00 | | | |
| Deuda Financiera / Capitalización | 0,15 | 0,20 | | | |
| Deuda Financiera Neta / EBITDA | (0,30) | (0,60) | | | |

(1) Tipo de Cambio al 30 de Junio de 2014: US\$1,00 = CLP 552,72