

MEMORIA ANUAL 1999



CCU

COMPAÑIA CERVECERIAS UNIDAS S.A.

Contenido

Datos Generales	3
Resumen Financiero Consolidado	4
Extracto de la Carta del Presidente	5
Carta del Presidente	6
Conceptos Estratégicos	
• Crecimiento	10
• Diversificación	11
• Sinergias	12
• Focalización	13
Historia	14
Nivel Corporativo	
• Estructura y Funcionamiento	16
• Logros y Perspectivas	18
• Retorno Sobre el Capital Empleado (ROCE)	21
• Resultado Financiero Consolidado	21
• Información Financiera Según Segmentos de Negocio	22
• CCU y la Comunidad	24
Cervezas en Chile	27
Cervezas en Argentina	33
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	39
Vinos	45
Otros Negocios	
• PLASCO	52
• Karlovacka Pivovara d.d.	53
Actividades y Negocios	55
Accionistas Mayoritarios y Dividendos	59
Hechos Relevantes y Remuneracion del Directorio	61
Organización Societaria	66
Filiales y Coligadas	67
Glosario	78
Extracto de la Carta del Presidente	79

Descripción Básica

Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU o la Compañía) es una entidad diversificada con operaciones en Chile y Argentina. CCU es el mayor cervecero chileno, el tercer cervecero argentino, el segundo mayor embotellador de bebidas gaseosas en Chile, la tercera viña en el mercado local, el segundo exportador de vinos chilenos y el mayor embotellador de agua mineral en Chile. Adicionalmente, la Compañía participa de los negocios de producción de envases plásticos y posee un interés minoritario en la segunda mayor cervecería de Croacia. CCU mantiene contratos de licencia y/o joint ventures con Paulaner Brauerei AG, Anheuser-Busch Incorporated, Cadbury Schweppes Plc., Guinness Brewing Worldwide Limited y PepsiCo Inc.

Datos Generales

RAZON SOCIAL

Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU)

Rut: 90.413.000-1

La Compañía quedó constituida por escritura pública el 8 de enero de 1902, ante el notario don Pedro Flores Zamudio. Su existencia se autorizó por Decreto Supremo N°889, con fecha 19 de marzo de 1902. Quedó inscrita en el Registro de Comercio de Valparaíso, a fojas 49 N°51, con fecha 31 de marzo de 1902.

DIRECCION CASA MATRIZ

Bandera 84, piso 6,

Santiago, Chile

Casilla Postal 1977

Código Postal 6500662

Teléfono: (56-2) 670-3000

Fax: (56-2) 670-3222

e-mail: ccuir@ccu-sa.com

Internet: www.ccu-sa.com

DIRECCION LEGAL

Prat 725, piso 5,

Valparaíso, Chile

Casilla Postal 29-V

Teléfono: (56-32) 25-7135

AUDITORES EXTERNOS

Price Waterhouse

Número de Accionistas al 31 de Diciembre de 1999 5.959

EMPLEADOS

Ejecutivos	172
Profesionales y Técnicos	697
Trabajadores	3.897
Total	4.766

Nota

Considera empleados permanentes. Incluye gerentes y sólo contiene dotación de planta. La dotación de Karlovacka Pivovara d.d., consistente en 714 personas, no está incluida en estas cifras.

Resumen Financiero Consolidado

(Cifras en millones de pesos chilenos al 31 de diciembre de 1999)

Estado Consolidado de Resultados	1999	1998	1997	1996
Ingresos de Explotación	290.405	287.506	279.562	258.572
Costos de Explotación	(138.250)	(131.315)	(129.481)	(125.884)
Gastos de Administración y Ventas	(112.138)	(110.301)	(105.756)	(100.923)
Resultado Operacional	40.016	45.891	44.325	31.764
Margen Operacional	13,8%	16,0%	15,9%	12,3%
Resultado No Operacional	12.151	4.789	5.927	4.948
Impuestos	(7.193)	(4.764)	(4.415)	(2.637)
Interés Minoritario y Otros	(3.793)	(5.578)	(5.852)	(3.506)
Utilidad Neta	41.182	40.338	40.011	20.673
Balance General Consolidado	1999	1998	1997	1996
Total Activo Circulante	196.313	223.148	214.364	156.452
Total Activo Fijo	316.753	288.582	283.176	270.793
Otros Activos	81.122	70.406	51.973	45.558
TOTAL ACTIVO	594.188	582.136	549.513	472.803
Total Pasivo Circulante	95.956	84.474	92.165	81.194
Total Pasivo a Largo Plazo	90.405	104.942	101.396	116.038
Interés Minoritario	28.636	50.442	43.181	39.062
Total Patrimonio	379.190	342.278	312.771	236.510
TOTAL PASIVO	594.188	582.136	549.513	472.803
Otros Antecedentes Financieros	1999	1998	1997	1996
Volumen de Venta (miles de hectólitros)	9.350	9.471	9.312	8.681
EBITDA				
(resultado operacional + depreciación + amortización)	73.369	76.672	73.537	58.714
Margen EBITDA	25,3%	26,7%	26,3%	22,7%
Inversión en Activo Fijo	53.278	42.030	66.781	50.429
Número de Acciones al Cierre (miles)	318.503	313.929	310.829	276.307
Resultado Operacional por Segmento	1999	1998	1997	1996
Cervezas en Chile	27.996	34.072	29.508	23.477
Cervezas en Argentina	(1.052)	(2.472)	398	(467)
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	4.897	7.638	9.843	6.947
Vinos	5.023	3.481	2.591	424
Otros	3.152	3.172	1.986	1.384
Resultado Operacional Consolidado	40.016	45.891	44.325	31.764
Número Total de Empleados	4.766	4.884	5.062	5.419

Volumen de Venta



Ingresos de Explotación



Resultado Operacional



EBITDA



“...CCU HA LOGRADO UN IMPORTANTE AVANCE EN SU PLAN ESTRATÉGICO 1999-2001, EL QUE SE BASA EN CUATRO CONCEPTOS CLAVES: CRECIMIENTO, DIVERSIFICACIÓN, SINERGIAS Y FOCALIZACIÓN. LA COMPAÑÍA HA REFORZADO EL VALOR DE SUS MARCAS Y SE HA PREPARADO ESTRUCTURALMENTE PARA ENFRENTAR LOS DESAFÍOS QUE SE LE PRESENTAN CON UNA MAYOR EFICIENCIA ADMINISTRATIVA Y PRODUCTIVA. ESTO NOS HACE VER CON OPTIMISMO EL FUTURO Y NOS PERMITE PREVER QUE CCU CONTINUARÁ CON FUERZA SU CRECIMIENTO Y CUMPLIRÁ A CABALIDAD LOS OBJETIVOS QUE SE HA TRAZADO EN SUS OPERACIONES EN EL CONO SUR DE AMÉRICA”. (*)

(*) Extracto de la Carta del Presidente

CARTA DEL PRESIDENTE

Estimados Señores Accionistas :

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes para someter a su consideración la memoria y los estados financieros de Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU) correspondientes al ejercicio 1999.

Durante el año se alcanzaron importantes avances en el proceso de consolidación de CCU en el cono sur de América Latina.

Gracias al proceso de diversificación emprendido por la Compañía a partir de 1994, y pese a que las economías en que opera CCU sufrieron la peor recesión desde 1983, las ventas consolidadas aumentaron 1,0%, llegando a \$290.405 millones. Las mayores ventas se explicaron básicamente por el crecimiento significativo de las exportaciones de vino, que aumentaron 30,2% y por las ventas de cervezas en Argentina, con un crecimiento de 16,7%. En ambos segmentos los incrementos correspondieron a mayores volúmenes y precios.

La utilidad consolidada registró un aumento de 2,1% para cerrar el año en \$41.182 millones. Por su parte, el resultado operacional experimentó una disminución de 12,8% totalizando \$40.016 millones, debido a las dificultades de crecer en un entorno económico recesivo.

Cervezas en Chile, nuestro principal segmento de negocio, continuó liderando el mercado nacional con una participación de mercado de 90%. El volumen de venta de cervezas cayó 5,1% respecto de 1998, afectado principalmente por la situación económica general. La actividad comercial mantuvo su perfil innovador de empaques y productos con el lanzamiento de la nueva Cristal de 200 cc, de Royal Guard en su nuevo envase verde y Royal Light en su novedosa botella transparente.

En Argentina, la filial cervecera incrementó nuevamente la participación de mercado llegando a 13%. Esto se logró gracias a importantes estrategias comerciales y operativas, como el relanzamiento de la marca Córdoba, que luego de seis meses prácticamente duplicó sus ventas. En el mes de octubre, CCU Argentina, con la asesoría de CCU Chile y Anheuser-Busch, reemplazó la distribución a través de Buenos Aires Embotelladora S.A. (BAESA) comenzando a distribuir directamente sus productos en Buenos Aires. Después de tres meses de operación, el nuevo sistema está obteniendo

resultados por sobre nuestras expectativas. Finalmente, en septiembre se introdujo la marca Rosario, en la ciudad del mismo nombre, acompañada de una novedosa campaña de marketing.

En el segmento gaseosas y aguas minerales, las marcas propias Bilz, Pap y Kem aumentaron su participación de mercado durante el año de 13% a 14%, en parte gracias al éxito de Mini Bilz y Mini Pap. Adicionalmente, en marzo se relanzó la marca de agua mineral Porvenir, dirigida a un segmento premium. Finalmente, en diciembre el segmento de gaseosas lanzó al mercado su nuevo proyecto de néctares, bajo la tradicional marca Watt's.

El segmento vinos mantuvo su dinamismo, especialmente en el mercado de exportaciones, donde el volumen de envíos al exterior aumentó 20,1%. Producto de su exitosa estrategia comercial, Viña San Pedro pudo contrarrestar el debilitamiento de importantes mercados, como el japonés, que impidieron el crecimiento en volumen de las exportaciones de vino chileno durante 1999. También en 1999, la Viña plantó 579 hectáreas, completando 2.500 hectáreas con viñedos de primera calidad.

De acuerdo a su Plan Estratégico, en enero de 2000, Viña San Pedro adquirió un predio de 200 hectáreas en San Carlos, al sur de Mendoza, Argentina. Esta adquisición permitirá incorporar vinos argentinos al portafolio de productos de Viña San Pedro, los cuales tienen un gran potencial en los mercados internacionales.

En materia financiera, en abril se terminó de colocar el remanente del aumento de capital que CCU hiciera a fines de 1996, permitiendo captar recursos adicionales por aproximadamente US\$22 millones. Asimismo, Viña San Pedro colocó entre los meses de marzo y junio un aumento de capital para financiar su exitoso plan de expansión, obteniendo alrededor de US\$25 millones. Finalmente, nuestra filial CCU Argentina realizó un aumento de capital en diciembre por US\$ 5,9



millones, luego del cual Anheuser-Busch aumentó su participación accionaria a 10,8%. Este aumento de capital permitirá financiar la adquisición de una nueva línea de latas que entrará en operaciones el próximo mes de septiembre.

Siguiendo con el plan de aumentar eficiencias en la operación productiva de cervezas en Chile, en noviembre comenzó su puesta en marcha la planta cervecera de Temuco, que actualmente tiene una capacidad de 120.000 hectólitros mensuales con un máximo potencial de 540.000 hectólitros al mes. Esta planta, cuyo costo fue de US\$70 millones, culmina el proceso de reemplazo de las instalaciones antiguas de CCU, y permitirá satisfacer el crecimiento de la demanda de cerveza en Chile durante los próximos años y potencialmente abastecer el sur de Argentina.

Asimismo, buscando aumentar sinergias, en octubre se implementó la distribución conjunta de cervezas, vinos y gaseosas en Concepción, manteniendo las fuerzas de venta de CCU Chile y ECUSA separadas para no perder foco en su operación.

De acuerdo a lo comprometido en 1998, durante el año entró en operaciones el nuevo software PeopleSoft, que una vez implementado en todas las filiales de CCU traerá importantes ahorros de costos.

Por su parte, CCU aumentó el porcentaje de propiedad en Viña San Pedro de 52,2% a fines de 1998 a 60,3% a fines de 1999. Este aumento permitirá a CCU participar en mayor medida en un mercado que posee un significativo potencial de crecimiento y que se complementa muy bien con sus otros negocios.

Asimismo, durante 1999 se completó la adquisición de 6,5% de la propiedad de la cervecera peruana Backus & Johnston, empresa que posee 80% de participación de mercado en Perú. Esta adquisición se enmarca dentro de nuestro objetivo estratégico de participar en una operación cervecera en Perú.

En noviembre adquirimos el 45% de la propiedad de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA), nuestra filial de gaseosas y aguas minerales, por US\$69,5 millones. Esta adquisición permitirá a

CCU participar en mayor medida del gran potencial que ECUSA tiene con sus marcas propias, las perspectivas de crecimiento de sus marcas licenciadas, su liderazgo en las aguas minerales y la reciente introducción del proyecto de jugos.

Asimismo, y como lo anunciáramos en la memoria de 1998, CCU comenzó a aplicar en 1999 la medición del Retorno Sobre el Capital Empleado (ROCE) tanto en la evaluación de la creación de valor en las unidades de negocio de la Compañía como para asignar las metas y planes de incentivos de nuestros ejecutivos.

En resumen, CCU ha logrado un importante avance en su Plan Estratégico 1999-2001, el que se basa en cuatro conceptos claves: Crecimiento, Diversificación, Sinergias y Focalización. La Compañía ha reforzado el valor de sus marcas y se ha preparado estructuralmente para enfrentar los desafíos que se le presentan con una mayor eficiencia administrativa y productiva. Esto nos hace ver con optimismo el futuro y nos permite prever que CCU continuará con fuerza su crecimiento y cumplirá a cabalidad los objetivos que se ha trazado en sus operaciones en el cono sur de América.

Finalmente, quiero agradecer a todo el personal de CCU, por el gran esfuerzo desplegado durante el año recién pasado, por su compromiso y profesionalismo que nos permitieron superar un año complicado, así como también agradecer la confianza y apoyo de cada uno de los accionistas en nuestra gestión.



Guillermo Luksic Craig
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

Crecimiento

DE VOLUMENES, RETORNOS Y VALOR DE NUESTRAS MARCAS,
A PARTIR DE LOS NEGOCIOS ACTUALES



Cervezas en Chile:
Lanzamiento de Cristal 200 cc
retornable



Cervezas en
Argentina:
Relanzamiento
de cerveza
Córdoba



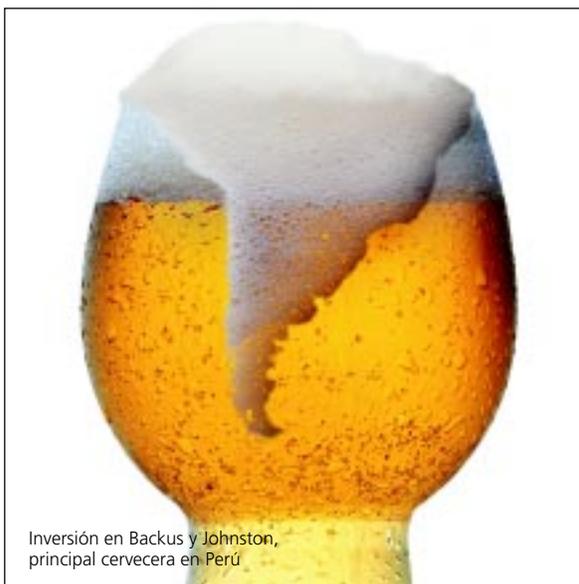
Gaseosas y Aguas Minerales:
Lanzamiento de Mini Bilz
y Mini Pap, introduciendo
nuevas ocasiones de
consumo



Vinos:
Plantación de 579
hectáreas en 1999

Diversificación

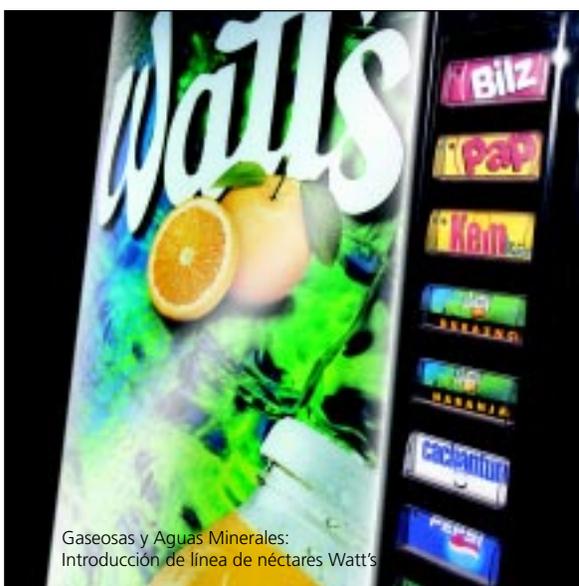
DENTRO DE LA INDUSTRIA DE BEBIDAS EN EL CONO SUR



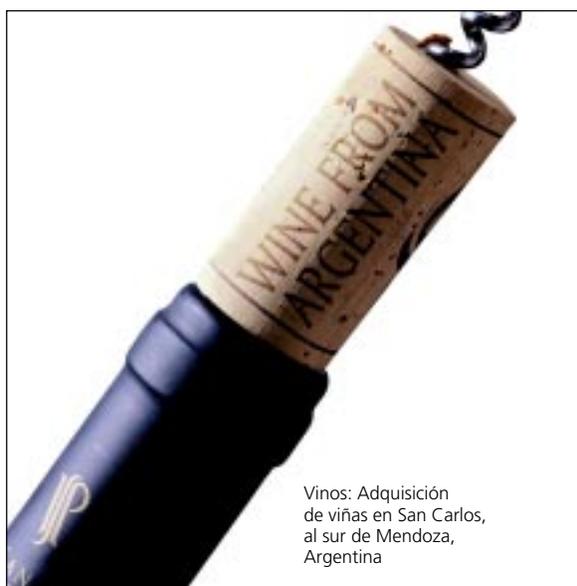
Inversión en Backus y Johnston,
principal cervecera en Perú



Cervezas en Argentina:
Construcción de una línea
de latas en Santa Fe



Gaseosas y Aguas Minerales:
Introducción de línea de néctares Watt's



Vinos: Adquisición
de viñas en San Carlos,
al sur de Mendoza,
Argentina

Sinergias

ENTRE LAS DIVERSAS UNIDADES DE LA COMPAÑIA



Cervezas en Chile :
Distribución conjunta
con gaseosas
en Concepción,
la segunda mayor
ciudad del país



Cervezas en
Argentina:
Participación de
CCU Chile y
Anheuser-Busch
en la preparación
de la distribución
propia en Buenos
Aires



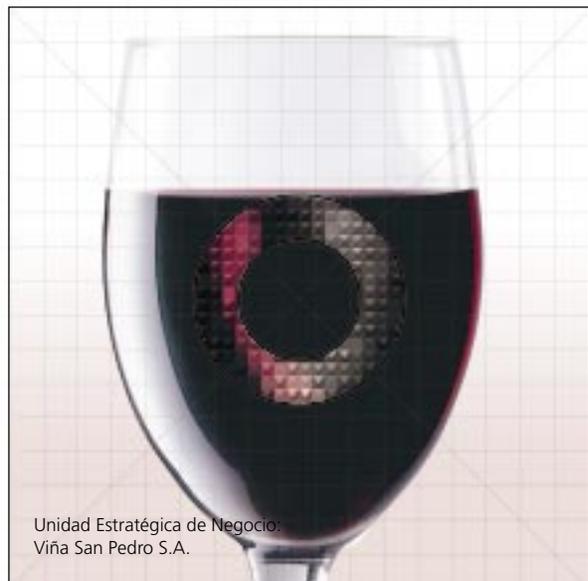
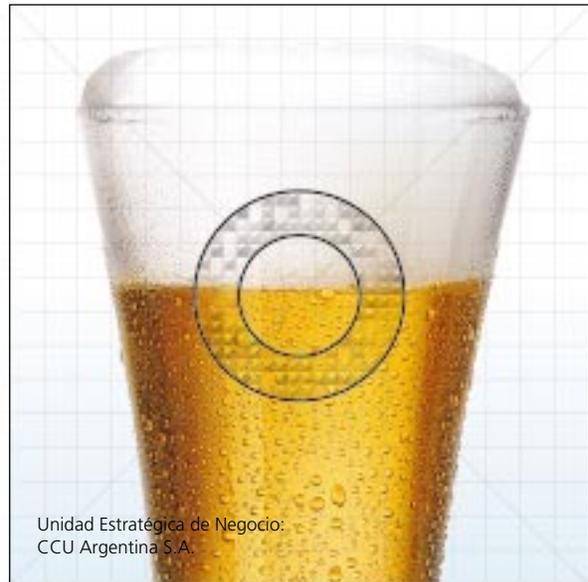
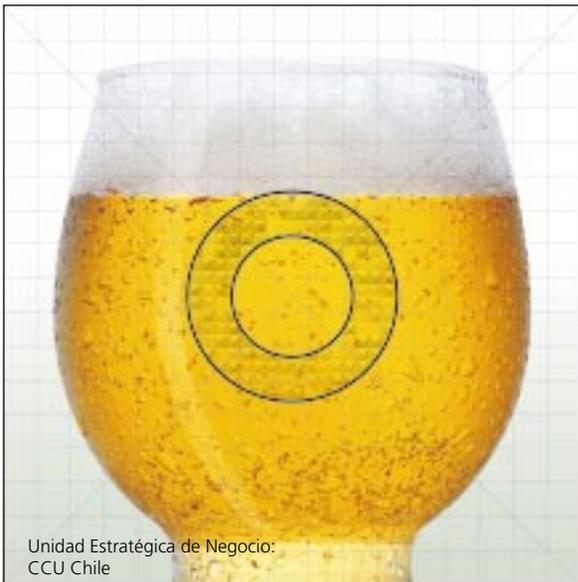
Gaseosas y Aguas Minerales:
La propiedad del 100% de ECUSA permitirá desarrollar
mayores sinergias con CCU



Implementación
de PeopleSoft en toda la organización

Focalización

DE CADA SEGMENTO DE NEGOCIO EN LA GESTION OPERATIVA Y COMERCIAL
DE LA INDUSTRIA EN QUE OPERA



HISTORIA

- Nace Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU) con la fusión de Fábrica Nacional de Cervezas y la cervecera de don Carlos Cousiño.

1902



- Se agrega agua mineral a los productos de CCU con la adquisición de Cachantun.

1960



- El grupo Luksic, a través de Quiñenco S.A., y el grupo alemán Schörghuber, a través de Paulaner-Salvator AG, forman en partes iguales la empresa Inversiones y Rentas S.A., la cual adquiere el 66,7% de CCU.

1986



- CCU es la segunda empresa chilena y tercera latinoamericana en colocar ADRs en el mercado norteamericano.

1992



1916

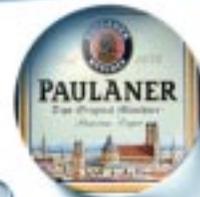
- CCU pasa a ser la mayor cervecera nacional con la incorporación de fábricas Ebner de Santiago, Anwandter de Valdivia y la Compañía Cervecera La Calera.

- Con la incorporación de Ebner a CCU, la Compañía entra al negocio de las bebidas gaseosas con Bilz, la cual había sido introducida al mercado nacional en 1907.



1979

- Se crea Fábrica de Envases Plásticos S.A. (PLASCO) para la producción de cajas plásticas, la cual en 1991 comienza a fabricar botellas plásticas.



1990

- CCU firma un contrato para producir y distribuir la cerveza alemana Paulaner en Chile.

- Se adquiere Agua Mineral Porvenir, ubicada en Casablanca, Chile.

- CCU ingresa al mercado cervecero argentino a través de la adquisición de dos cervecerías regionales: Compañía Industrial Cervecera S.A. de Salta y Cervecería Santa Fe S.A.

- CCU forma un joint venture con Anheuser-Busch para producir y vender Budweiser en Argentina.

- La Compañía firma un contrato con Guinness Brewing Worldwide Limited para distribuir cerveza Guinness en Chile.

- Se modifica pacto de accionistas entre CCU y BAESA con relación a ECUSA, permitiéndose a CCU la designación del Gerente General y de la mayoría de los miembros del Directorio de ECUSA.

- CCU comienza a producir cerveza Guinness en Chile.

1995



1997



1999



- Viña San Pedro S.A. completa moderna planta de vinificación y envasado en Molina.

- Puesta en marcha de Temuco, una de las plantas cerveceras más modernas del mundo, con una capacidad inicial de 120.000 hectólitros al mes.

- Se adquiere el 45% de las acciones de ECUSA que estaban en poder de BAESA, con lo cual CCU posee el 100% de su filial productora de gaseosas y agua mineral.

- Viña San Pedro S.A. adquiere viñas en Argentina para exportar vino argentino a través de su red de distribución en 47 países.

- Anheuser-Busch aumenta su participación en CCU Argentina desde 8,2% hasta 10,8% luego de un aumento de capital por US\$5,9 millones.

- ECUSA introduce los nuevos néctares Watt's, ampliando su gama de empaques y sabores.

1994



- CCU ingresa al negocio del vino a través de la adquisición del 48,4% de Viña San Pedro S.A., la tercera viña más grande de Chile.

- Crea la empresa Embotelladora Chilenas Unidas S.A. (ECUSA) junto con Buenos Aires Embotelladora S.A. (BAESA), para la producción y comercialización de gaseosas y aguas minerales.

- CCU entra al negocio cervecero en Croacia, a través de la adquisición del 26,9% de Karlovacka Pivovara d.d.

1996



- Se modifica la estructura organizacional de CCU, creándose una estructura matricial dividida en Unidades de Apoyo Corporativo y Unidades Estratégicas de Negocios.

- Se inicia la segunda colocación de acciones en el exterior a través de ADRs, en conjunto con una oferta para los accionistas locales. Este proceso concluye a comienzos de 1997 con un aumento de capital de aproximadamente US\$155 millones.

1998



- CCU Argentina adquiere las marcas y activos de Cervecería Córdoba.

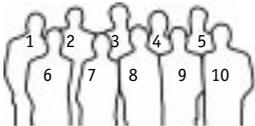
- Anheuser-Busch aumenta su participación en CCU Argentina desde 4,4% hasta 8,2% luego de un aumento de capital por US\$50 millones.

- CCU comienza su incursión en el mercado peruano, a través de la adquisición de acciones de Backus & Johnston, la mayor cervecera peruana. A fines de 1999, la Compañía poseía 6,5% de las acciones con derechos a voto.

NIVEL CORPORATIVO

Estructura y Funcionamiento

En sus 150 años de tradición cervecera, Compañía Cervecerías Unidas S.A. (la Compañía o CCU) ha incorporado a su negocio cervecero diversas actividades, tales como bebidas gaseosas, agua mineral y vino. En 1994, inició su internacionalización expandiendo su operación cervecera a Croacia y en 1995 a Argentina. Hasta 1994 la Compañía obtenía el total de sus ingresos en Chile y 63% de ellos provenían del negocio cervecero. A partir de entonces, la Compañía ha experimentado un profundo cambio que se manifiesta en la composición de sus ingresos. En 1999, 26,0% de los ingresos provinieron de mercados externos, y sólo 53,7% correspondió a venta de cerveza. Así, CCU dejó de ser una compañía cervecera en Chile, para convertirse en una Compañía de líquidos valorados en el cono sur de América Latina. Detrás de esta transformación, hay cuatro conceptos estratégicos que han estado en la base del modelo de generación de valor de la Compañía en el pasado y sobre los que seguiremos construyendo valor en el futuro: Crecimiento de volúmenes, retornos y valor de nuestras marcas, a partir de los negocios actuales y de nuevos negocios, Diversificación dentro de la industria de bebidas en el cono sur, Sinergias entre las distintas unidades de la Compañía y Focalización de cada segmento de negocio en la gestión operativa y comercial de la industria en que opera. A partir de estos cuatro principios se define la estructura organizacional de CCU y son la base del Plan Estratégico para el período 1999-2001 que fue presentado en la memoria anual 1998 de la Compañía.



El Directorio, que sesiona mensualmente, es el organismo que define la dirección estratégica de la Compañía y constituye la máxima instancia de toma de decisiones. Adicionalmente, el Comité de



Directorio, formado por un reducido número de directores y ejecutivos, sesiona quincenalmente para revisar las iniciativas estratégicas, las principales decisiones administrativas y otros hechos esenciales, los que son posteriormente resueltos por el Directorio en sus reuniones mensuales.

La estructura organizacional de CCU se compone de Unidades de Apoyo Corporativo (UAC) y Unidades Estratégicas de Negocio (UEN). Las UEN están definidas de acuerdo a su producto y región geográfica, focalizándose en las actividades operativas y comerciales de su negocio, esto es, producción, marketing, ventas y distribución. Las UAC centralizan las funciones compartidas entre los negocios, tales como recursos humanos, administración y finanzas, investigación de mercado, ingeniería y asuntos legales, entre otras. De esta manera, es posible aprovechar y desarrollar sinergias entre los negocios, eliminar actividades traslapadas y al mismo tiempo comunicar e implementar la visión corporativa a toda la organización.

Los ejecutivos a la cabeza de las UEN y las UAC reportan al Gerente General, quien, a su vez, depende directamente del Directorio. El órgano máximo de coordinación para el funcionamiento de estas unidades es el Comité de Dirección, presidido por el Gerente General y formado por todos los gerentes generales de las UEN y los gerentes de las UAC. Este Comité se reúne semanalmente y es responsable de la elaboración e implementación de los planes estratégicos de CCU, los cuales han sido previamente aprobados por el Directorio.

A fines de 1999 fue fusionada la UAC de Gestión y Desarrollo con la UAC de Proyectos Corporativos y Relación con Inversionistas, reduciendo el número de UAC a ocho. Adicionalmente, se modificó la estructura de CCU Argentina para que dependiera administrativamente de ella la nueva filial de Viña San Pedro S.A. (VSP), Viña San Pedro Argentina S.A. La parte enológica y comercial va a ser supervisada directamente por VSP Chile.

DIRECTORIO

Presidente

Guillermo Luksic Craig (8)
Director de Empresas

Andrónico Luksic Craig (10)
Director de Empresas

Vicepresidente

Thomas Fürst Freiwirth (1)
Constructor Civil

Manuel José Noguera Eyzaguirre (9)
Abogado

Directores

Johannes Bauer Spiegel (2)
Abogado

Francisco Pérez Mackenna (6)
Ingeniero Comercial

Rosita Covarrubias Gatica (7)
Ingeniero Comercial

Presidente Honorario

Ismael Edwards Izquierdo (5)
Abogado

Peter Hellich Sandler (3)
Ingeniero

Asesor Directorio

Hernán Büchi Buc
Ingeniero Civil

Felipe Lamarca Claro (4)
Ingeniero Comercial

Logros y Perspectivas

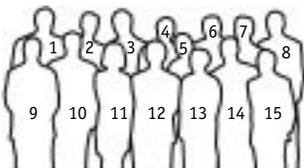
El Plan Estratégico de CCU para el período 1999-2001 contempla los siguientes objetivos:

- 1. Crecer en volúmenes, retornos y valor de nuestras marcas en los negocios actuales**
- 2. Desarrollar nuevos negocios**
- 3. Desarrollar el área de Recursos Humanos**
- 4. Implementar la calidad como un valor institucional**
- 5. Profundizar sinergias**
- 6. Buscar y consolidar alianzas estratégicas**

Durante 1999, la Compañía dio importantes pasos hacia el cumplimiento de estas metas, tanto en el nivel corporativo como en cada una de las unidades estratégicas de negocio. Sin embargo, queda aún mucho camino por recorrer para consolidar los avances que se emprendieron en el año y cumplir aquellas metas que aún están pendientes.

Los avances realizados por cada UEN se detallan más adelante, al analizar los distintos segmentos de negocio en los cuales participa CCU. A continuación se discuten los principales avances realizados a nivel corporativo durante 1999:

- Adquisición de 6,5% de participación en la empresa cervecera líder del mercado peruano: Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A., lo que constituye el primer paso para entrar a ese mercado. La cercanía geográfica, la población y el potencial de consumo per capita hacen de Perú un mercado muy atractivo para la Compañía y un mercado natural de expansión. Hace algo más de una década, el consumo de cerveza en ese país llegó a 42 litros per capita; hoy, principalmente por las dificultades económicas que ha atravesado, es sólo de 24 litros.



- En noviembre, CCU adquirió el 45% de ECUSA que se encontraba en manos de Buenos Aires Embotelladora S.A. (BAESA), pasando a controlar el 100% de dicha compañía. Esta transacción permitirá profundizar las sinergias dentro de la organización.
- En marzo se trasladaron los ADR desde el NASDAQ al New York Stock Exchange (NYSE) logrando una menor volatilidad y mayor liquidez de las acciones.
- Durante el año, CCU aumentó su participación en la propiedad de Viña San Pedro S.A. desde 52,2% a 60,3%.
- Fueron colocadas las acciones remanentes del aumento de capital que CCU realizó entre 1996 y 1997, obteniendo aproximadamente US\$22 millones.
- La UAC de Ingeniería se encargó del diseño, construcción y puesta en marcha de la nueva planta cervecera de Temuco.
- Fue implementado el Retorno Sobre el Capital Empleado (ROCE), para medir el desempeño de cada negocio y gerente de la organización.
- Fue completada la primera etapa de la implementación de PeopleSoft, lo que proveerá importantes ahorros en el área administrativa y de control financiero, permitiendo explotar mayores sinergias.
- Se creó la Gerencia de Aseguramiento de Calidad para el adecuado manejo de este tema que ha sido una constante preocupación en la Compañía. Esta ha unificado los estándares de calidad a lo largo de todas las filiales y pretende instaurar una cultura de calidad que distinga a la Compañía a nivel de técnicas, procedimientos, servicios e imagen.

COMITE DE DIRECCION

Gerente General

Patricio Jottar Nasrallah (12)
Ingeniero Comercial

Contralor General

Dirk Leisewitz Timmermann (8)
Ingeniero Civil Industrial

Gerente de Desarrollo

Alvaro Fernández Fernández (2)
Ingeniero Comercial

Gerente de Administración y Finanzas

Ricardo Reyes Mercandino (1)
Ingeniero Civil de Industrias

Gerente de Gestión y Desarrollo de RR.HH.

Pablo De Vescovi Ewing (4)
Ingeniero Comercial

Gerente de Relaciones Industriales

Gabriel Valls Saintis (5)
Abogado

Gerente de Ingeniería

Jorge Aninat Solar (3)
Ingeniero Civil

Asesor Legal

Margarita Sánchez Acevedo (13)
Abogado

Gerente de Asuntos Corporativos

Marisol Bravo Léniz (11)
Ingeniero Comercial

Gerente CCU Chile

Polentzi Errazquin Vaillant (15)
Ingeniero Comercial

Gerente General CCU Argentina S.A.

Fernando Sanchís Sacchi (10)
Contador Público

Gerente General ECUSA

Francisco Diharasari Domínguez (14)
Ingeniero Civil Industrial

Gerente General Viña San Pedro S.A.

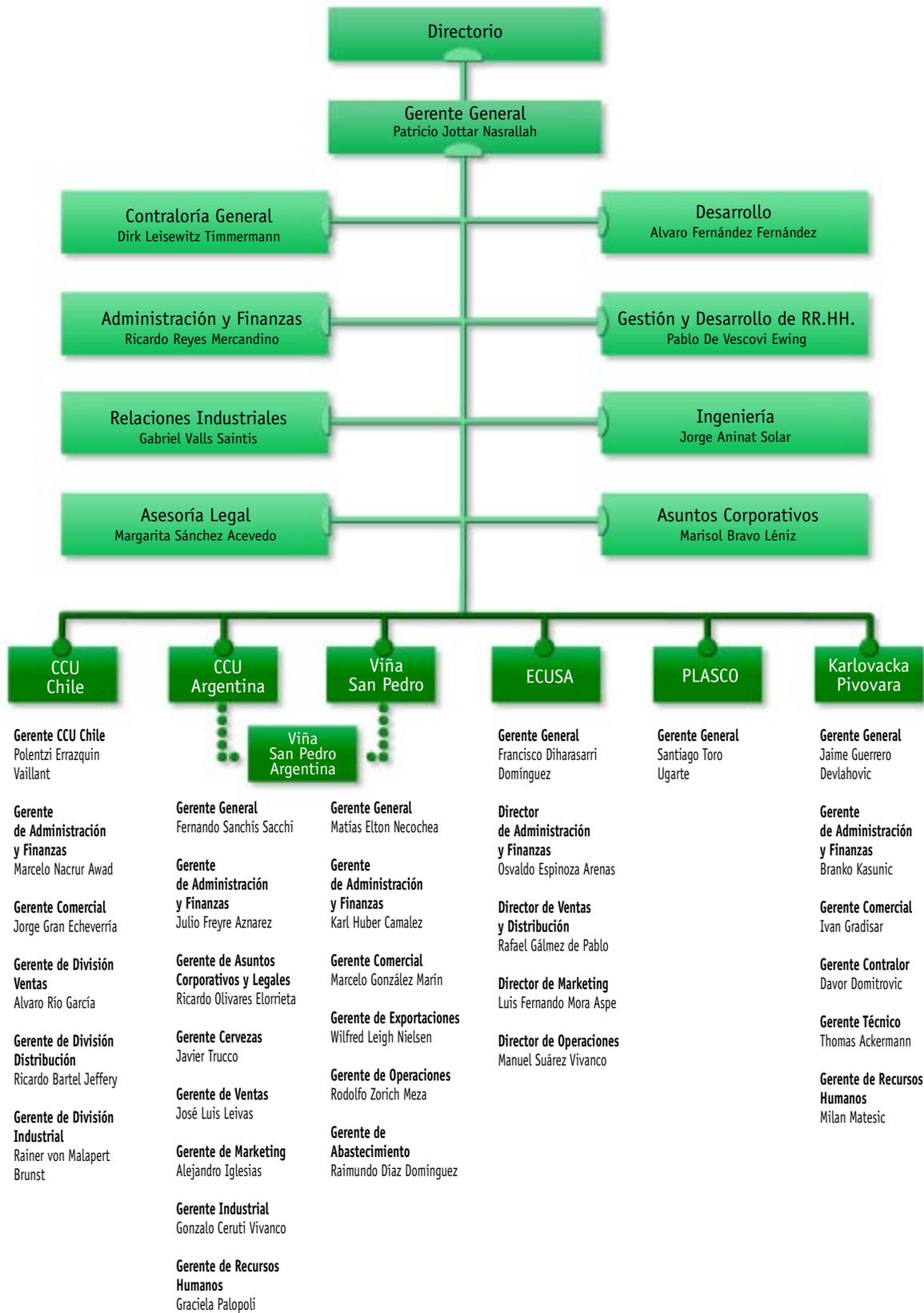
Matías Elton Necochea (9)
Ingeniero Comercial

Gerente General PLASCO S.A.

Santiago Toro Ugarte (7)
Ingeniero Civil Industrial

Gerente General Karlovacka Pivovara d.d.

Jaime Guerrero Devlahovic (6)
Ingeniero Civil



- Fueron centralizadas las actividades de auditoría que realizaban las filiales ECUSA y CCU Argentina.
- Se realizó una reorganización del área de recursos humanos, con unificación de políticas entre filiales y matriz; se desarrolló un plan de seguridad industrial y se implementaron sistemas de evaluación de desempeño que contribuirán a mejorar aún más la calidad del equipo humano que trabaja en la Compañía.

Mucho se ha avanzado, pero el futuro sigue presentando importantes desafíos a la Compañía. Durante el 2000, esperamos consolidar definitivamente nuestra operación en Argentina y obtener retornos positivos en ese mercado. Asimismo, la nueva operación de vinos en ese país y el proyecto de néctares Watt's presentan interesantes perspectivas, mientras que el mercado peruano de cervezas seguirá siendo un objetivo destacado. Las marcas de CCU han recorrido un importante camino, en todos los segmentos de negocios. Así, nuestras cervezas en Chile y Argentina, y nuestras gaseosas y vinos en el mercado doméstico están en condiciones inmejorables para aprovechar la recuperación de la demanda que se dará en la región en los próximos años. Asimismo, CCU enfrentará esta recuperación con una operación más sinérgica, más eficiente y con una estructura de costos y gastos más depurada, lo que permitirá aprovechar mejor el crecimiento esperado en los volúmenes.

Retorno Sobre el Capital Empleado (ROCE)

La medición del ROCE asegura un adecuado retorno en cada área, a través de una operación enfocada, y la contribución de cada unidad de la empresa a la creación de valor para los accionistas.

Específicamente, el ROCE entrega una medida del retorno generado por los activos involucrados en la operación de la Compañía, después de impuestos. En 1999, dicho retorno fue de 10,0% a nivel consolidado, destacando el segmento de cervezas en Chile con un ROCE de 17,5%. En la medida que la operación de CCU se haga más eficiente, y nuestros negocios en crecimiento alcancen una mayor estabilidad y madurez, la Compañía creará más valor para sus accionistas, al mismo tiempo que definirá nuevos desafíos.

Resultado Financiero Consolidado

Durante 1999, el ingreso de explotación consolidado creció 1,0%, alcanzando \$290.405 millones, explicados por un aumento de 2,5% en el precio promedio, parcialmente contrarrestado por una disminución de 1,3% en el volumen de venta consolidado. Los segmentos de negocio que tuvieron mayor incidencia en el crecimiento del ingreso de explotación fueron vinos (doméstico y de exportación) y cervezas en Argentina, con incrementos de 20,8% y 16,7% respectivamente, los que fueron compensados parcialmente por una disminución de 5,9% en el ingreso de explotación del segmento bebidas gaseosas y aguas minerales y de 5,2% en el segmento cervezas en Chile.

Por su parte, los costos de explotación consolidados aumentaron 5,3%, alcanzando \$138.250 millones, debido principalmente, al incremento de las ventas de vino que tienen un mayor costo unitario, así como a mayor depreciación en cervezas en Chile y Argentina, y en Viña San Pedro S.A.

Como resultado del aumento de 1,0% en los ingresos de explotación, y de un crecimiento de 5,3% en los costos de explotación, el resultado de explotación disminuyó 2,6%, alcanzando \$152.155 millones, variando el margen de explotación desde 54,3% en 1998 a 52,4% durante 1999.

En tanto, los gastos de administración y ventas consolidados aumentaron 1,7%, totalizando \$112.138 millones. Este aumento se explica principalmente por un incremento de 14,9% en los gastos de administración y ventas del segmento cervezas en Argentina, particularmente debido al incremento en el tipo de cambio durante 1999 que afectó la contabilización de estos gastos en pesos chilenos.

En síntesis, la disminución en el resultado de explotación y los mayores gastos de administración y ventas, generaron una disminución de 12,8% en el resultado operacional consolidado, el que alcanzó \$40.016 millones.

Por su parte, el resultado no operacional registró un aumento de 153,7%, alcanzando \$12.151 millones. Este mayor resultado se explica en parte por menores otros egresos fuera de la explotación, los que disminuyeron \$5.378 millones, principalmente debido a que el año 1998 consideró la pérdida realizada en la venta de la maltería de Bahía Blanca en Argentina y a la provisión de cierre de la planta cervecera de Concepción, y adicionalmente por la corrección monetaria, la cual tuvo un impacto positivo de \$2.588 millones debido principalmente a los activos netos que posee la Compañía en moneda extranjera. Además, en 1999 se registró una utilidad neta extraordinaria por \$4.929 millones al reestimar el pasivo asociado a las garantías de envases retornables, y de \$1.027 millones por la venta de acciones de CCU Argentina a Anheuser-Busch. Adicionalmente, los ingresos financieros disminuyeron \$3.407 millones durante 1999 debido a menores depósitos y tasas de interés.

Finalmente, la utilidad neta del ejercicio registró un aumento de 2,1%, \$844 millones, totalizando \$41.182 millones al cierre de 1999.

Información Financiera Según Segmentos de Negocio

En la tabla y texto siguientes, los resultados operacionales son separados en cuatro segmentos de negocio principales, "cervezas en Chile", "gaseosas y aguas minerales", "cervezas en Argentina" y "vinos". Una quinta categoría, "otros", incluye los resultados operacionales de la división de envases plásticos PLASCO S.A. Este formato de presentación del resultado operacional permite analizar el desempeño de la Compañía en función de productos y regiones.

Para construir los resultados de cada segmento, tanto los ingresos como los costos de explotación se clasifican asignando exclusivamente categorías de productos definidas en cada segmento. Por ejemplo, los ingresos y costos de explotación del segmento vinos consideran la operación consolidada de este negocio, incluyendo no sólo la utilidad de Viña San Pedro S.A. sino también aquella generada por CCU Chile en la distribución de estos productos. Adicionalmente, los gastos de administración y ventas de cada segmento incluyen gastos generales corporativos, los que son asignados con criterios que buscan reflejar el uso de estos recursos por parte de cada segmento.

Resultados Consolidados	1999	1998	1997	1996
Ingresos de Explotación				
Cervezas en Chile	113.994	120.231	121.040	116.753
Cervezas en Argentina	45.209	38.727	36.129	25.514
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	85.026	90.359	93.057	95.129
Vinos	45.629	37.782	28.971	20.545
Otros	11.512	11.919	9.743	12.123
Transacciones Intercompañías	(10.965)	(11.511)	(9.376)	(11.491)
Total	290.405	287.506	279.562	258.572
Costos de Explotación				
Cervezas en Chile	44.433	44.268	48.030	49.749
Cervezas en Argentina	21.611	19.751	20.281	14.173
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	44.395	45.047	45.644	50.666
Vinos	31.209	25.911	17.989	13.059
Otros	7.245	7.585	6.666	9.478
Transacciones Intercompañías	(10.643)	(11.246)	(9.129)	(11.241)
Total	138.250	131.315	129.481	125.884
Gastos de Administración y Ventas				
Cervezas en Chile	41.565	41.891	43.502	43.527
Cervezas en Argentina	24.649	21.449	15.450	11.808
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	35.734	37.674	37.570	37.516
Vinos	9.397	8.390	8.391	7.062
Otros	1.114	1.161	1.091	1.261
Transacciones Intercompañías	(322)	(266)	(247)	(250)
Total	112.138	110.301	105.756	100.923
Resultado Operacional				
Cervezas en Chile	27.996	34.072	29.508	23.477
Cervezas en Argentina	(1.052)	(2.472)	398	(467)
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	4.897	7.638	9.843	6.947
Vinos	5.023	3.481	2.591	424
Otros	3.152	3.172	1.986	1.384
Total	40.016	45.891	44.325	31.764
Margen Operacional	13,8%	16,0%	15,9%	12,3%
Resultado No Operacional				
Ingresos Financieros	8.472	11.878	8.517	3.267
Ut. Inversión en Empresas Relacionadas	912	903	2.198	2.188
Otros Ingresos Fuera de la Explotación	9.509	8.044	7.869	2.374
Amortización Menor Valor de Inversiones	(1.430)	(1.173)	(2.658)	(2.650)
Gastos Financieros	(6.046)	(7.622)	(7.222)	(8.203)
Otros Egresos Fuera de la Explotación	(1.854)	(7.232)	(2.375)	(1.481)
Corrección Monetaria	2.588	(9)	(403)	(443)
Total	12.151	4.789	5.927	(4.948)
Impuesto a la Renta	(7.193)	(4.764)	(4.415)	(2.637)
Interés Minoritario	(3.823)	(5.606)	(5.852)	(3.506)
Amortización Mayor Valor de Inversiones	30	27	27	-
Utilidad del Ejercicio	41.182	40.338	40.011	20.673
Otros Datos Relevantes				
Volumen de Venta (miles de hectólitros)	9.350	9.471	9.312	8.681
EBITDA (resultado operacional + depreciación + amortización)	73.369	76.672	73.537	58.714
Margen EBITDA	25,3%	26,7%	26,3%	22,7%

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 1999

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN CCU

Con la llegada del 2000, CCU cumple 150 años de tradición en el rubro de los bebestibles. Durante esta trayectoria ha construido una sólida política de responsabilidad social, focalizada en la permanente preocupación por el desarrollo integral de sus trabajadores y en la contribución al bienestar de la comunidad.

A lo largo de su historia, la Compañía se ha convertido en un ciudadano corporativo, centrando sus esfuerzos en permanentes acciones con sus trabajadores para mejorar así su calidad de vida; en conducir sus negocios de acuerdo a todas las regulaciones y permisos locales que protegen el medioambiente, sumado a la promoción de una conciencia ecológica en la sociedad encabezada por cerveza Cristal; en activas campañas de difusión de valores positivos como el deporte y la cultura, dando a conocer las obras de talentos chilenos y acercando el arte a la gente; y en programas de publicidad educativa que promueven el consumo moderado de alcohol.

CONCIENCIA ECOLOGICA

Dentro de sus compromisos ciudadanos con la comunidad, la preocupación por el entorno de CCU y sus filiales ha sido abordada en forma integral a través de un Plan de Gestión para la Protección del Medio Ambiente.

Este plan define las políticas a seguir en el manejo de residuos sólidos, líquidos y gaseosos, basándose en que cada decisión tomada en relación al aire, suelo y agua que nos rodea, preservará el medioambiente para todas las generaciones venideras. En este sentido, las cerveceras de Antofagasta y Temuco cuentan con plantas de tratamiento biológico para los residuos de aguas industriales, que luego son reutilizados en el riego de los jardines.

Por su parte, bajo el slogan "Cuidemos Nuestro Ambiente", cerveza Cristal se ha propuesto el desafío de contribuir a la difusión de una mayor conciencia ecológica en la comunidad, siendo sus temas centrales el reciclaje de latas y la naturaleza.

EL ESPIRITU SOLIDARIO DE CCU

Sus 150 años de tradición se han acompañado de 150 años de espíritu solidario hacia aquellos sectores más necesitados. Como testimonio de este compromiso social destaca su Programa Anual de Donaciones, que busca cooperar en forma permanente con diversas instituciones chilenas -sin fines de lucro- orientadas a la educación.

Por su parte, las marcas líderes de CCU, cerveza Cristal, Cachantun y Bilz y Pap se suman a este espíritu solidario con el respaldo ininterrumpido de las 20 versiones de la campaña Teletón en ayuda a los niños impedidos del país. Asimismo, cerveza Cristal ha sido una marca pionera en Chile en promover el deporte entre personas minusválidas, auspiciando en Santiago el Campeonato Abierto de Tenis en Silla de Ruedas.

EDUCANDO HACIA UN CONSUMO RESPONSABLE

En su calidad de líder del mercado de cervezas y uno de los primeros elaboradores de vino del país, CCU se ha propuesto el desafío de promocionar sus productos hacia un consumo responsable.

Dentro de esta línea, cerveza Cristal reúne una importante trayectoria en permanentes campañas de consumo moderado, siendo el mensaje “pasa las llaves” la primera publicidad educativa de la marca, que apunta a crear conciencia sobre la responsabilidad individual involucrada al consumir cerveza. Desde 1994, cerveza Cristal ha acuñado los mensajes de “saber parar a tiempo”, “manéjate bien” y “no te pases de la raya” en boca de los más admirados deportistas nacionales.

COMPROMISO CON EL DEPORTE Y LA CULTURA

En este continuo esfuerzo por buscar nuevos caminos de acercamiento a la comunidad y estar presentes en actividades de su mayor interés, las marcas de CCU se han transformado en los principales auspiciadores de eventos deportivos, culturales y musicales en nuestro país.

Respecto al apoyo a la cultura, la campaña Cerveza Cristal en el Arte se ha propuesto respaldar a jóvenes y consagrados artistas contemporáneos nacionales en la difusión de sus obras a lo largo de todo el país. De esta forma CCU busca participar activamente en el acercamiento de la comunidad a sus propios valores estéticos, contribuyendo así al desarrollo cultural de la sociedad.





CRISTAL

200 c.c. RETORNABLE

CERVEZA
CRISTAL

Escudo

ROYAL LIGHT
Cerveza

PAULA
Cerveza

1759
GUINNESS
350cc

ROYAL GUARD
Cerveza

CERVEZAS EN CHILE

Cristal "UNICA, GRANDE Y NUESTRA",

Escudo "MAS SABOR, MAS CUERPO, MAS COLOR, ESCUDO ES MAS CERVEZA",

Royal Guard "CUERPO Y ALMA",

entre otras; marcas con una fuerte identidad nacional,

confieren a CCU el liderazgo de la industria cervecera nacional

con 90% de participación de mercado.

CERVEZAS EN CHILE

Unidad Estratégica de Negocios : CCU Chile



PLAN ESTRATEGICO

La principal preocupación de CCU Chile es acrecentar el consumo per capita de cerveza en el país. Un importante avance en este ámbito fue el lanzamiento a principios de año de un nuevo envase retornable de 200 cc para Cristal, a un precio muy económico. Esta es una alternativa de menor precio, e introdujo la cerveza en nuevas ocasiones de consumo.

En el segmento de consumo masivo, la Compañía compite con las marcas Cristal y Escudo, que juntas controlan aproximadamente 78% del mercado. En total la Compañía controla alrededor de 90% del mercado.

Durante el último trimestre del año, CCU Chile lanzó una nueva imagen y nuevos formatos para sus marcas Royal Guard y Royal Light. De este modo, se reforzó la posición de la marca en el segmento premium, con una imagen joven y moderna, logrando un aumento en los volúmenes de aproximadamente 10% en el último bimestre de 1999.

Previendo el crecimiento futuro del consumo de cerveza en el país fue construida una nueva planta en la ciudad de Temuco. Esta planta posee una capacidad productiva de 1,3 millones de hectólitros al año en su primera etapa y significó una inversión de aproximadamente US\$70 millones. Gracias a esta inversión la Compañía diversificará el riesgo derivado de concentrar un alto porcentaje de la producción en la planta de Santiago. La planta de Temuco, que fue construida en

diez meses, cuenta con la más moderna tecnología cervecera y con niveles de productividad significativamente más altos que los de la antigua planta de Concepción, cerrada en enero



de 1999. Además, la planta de Temuco está diseñada de modo de ir incrementando su capacidad con inversiones relativamente pequeñas, pudiendo ampliarse en el futuro para llegar a una capacidad de 5,9 millones de hectólitros anuales.

Por último, durante el año, la Compañía concretó importantes iniciativas de reducción de costos, como por ejemplo, se disminuyó el número de depósitos de distribución de 22 a 19, y se procedió al cierre de la planta de Concepción.

ROCE

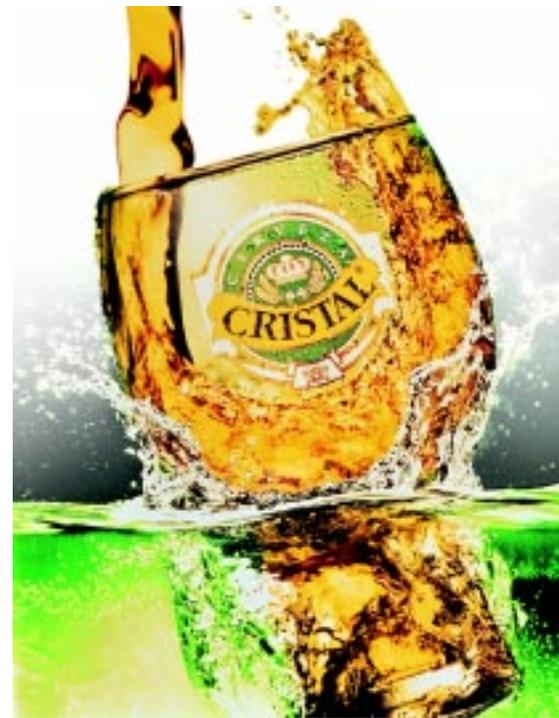
En 1999 se incorporó a las mediciones de desempeño de la Compañía el Retorno Sobre el Capital Empleado (ROCE). En el segmento de cervezas en Chile este ascendió a 17,5%. Dada la posición de liderazgo y la madurez del negocio, cervezas en Chile es el segmento que más valor agrega a CCU.

MARCAS

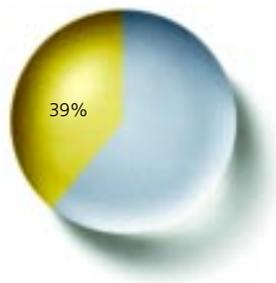
Las marcas de la Compañía se ubican entre los productos de consumo masivo más reconocidos en Chile, liderando cada uno de los segmentos del mercado cervecero. En el segmento de consumo masivo, la Compañía compite con las marcas Cristal y Escudo, que juntas controlan aproximadamente el 78% del mercado.

Además, la Compañía es líder en el segmento premium con marcas propias, Royal Guard y Royal Light, con marcas internacionales licenciadas, Paulaner y Guinness, y marcas importadas, Budweiser. Lo mismo sucede en el segmento popular, donde sus marcas Dorada y Morenita representan 9% del mercado nacional.

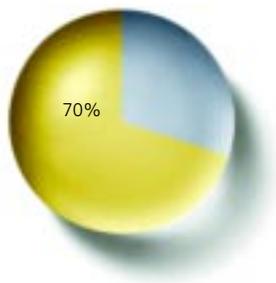
Durante 1999, gracias a un constante apoyo de marketing, los indicadores de preferencia y reconocimiento de las marcas de la Compañía mejoraron significativamente. Así, CCU posee el liderazgo absoluto de la industria cervecera chilena, con 90% de participación de mercado.



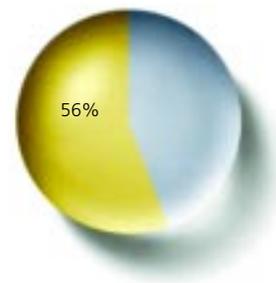
Contribución a los Ingresos de Explotación Consolidados



Contribución al Resultado Operacional Consolidado



Contribución al EBITDA Consolidado



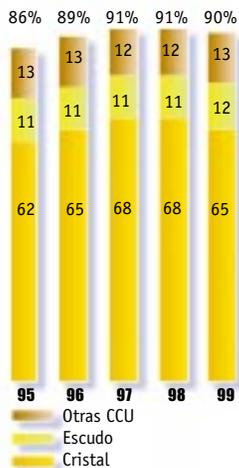
PRODUCCION

Las plantas cerveceras de CCU Chile se ubican estratégicamente a lo largo de las zonas norte, centro y sur del país. A fines de 1999, CCU Chile tenía una capacidad instalada total de producción de 5,6 millones de hectólitros por año, distribuida entre sus plantas de Antofagasta, Santiago y Osorno, más el equivalente anual de 1,3 millones de hectólitros aportados por la nueva planta de Temuco. Con esta nueva planta, se totalizan 6,9 millones de hectólitros de capacidad.

DISTRIBUCION

Las marcas de la Compañía se distribuyen a través de la red de CCU Chile, que llega a más de 63.000 clientes en forma directa. Con el objeto de aprovechar al máximo las sinergias entre las UEN, CCU Chile se encarga no sólo de la distribución de cerveza, sino además de la distribución nacional de

Participación de Mercado



los vinos de Viña San Pedro S.A., sumado a las gaseosas, aguas minerales y jugos de ECUSA en el norte y la mayor parte del sur del país. En octubre, comenzó la ejecución en la ciudad de Concepción de un nuevo sistema de distribución, que contempla por separado la actividad de preventa de los productos de CCU Chile y de ECUSA, mientras que la entrega se realiza en forma conjunta. Se espera replicar este modelo posteriormente en otras ciudades del país.

Adicionalmente, la Compañía está en proceso de renovación de la flota de transporte, incorporando mejoras en la imagen y protección del producto.

RESULTADO OPERACIONAL

Las ventas de cervezas en Chile disminuyeron 5,2%, alcanzando \$113.994 millones, debido a una caída de 5,1% en el volumen de venta como consecuencia de la situación económica que enfrentó Chile durante 1999.

Por su parte, el costo de explotación aumentó como porcentaje de las ventas desde 36,8% en 1998 a 39,0% en 1999. Esto se explica principalmente por mayor mix de empaques no retornables y el efecto del tipo de cambio sobre las materias primas indexadas al dólar. Como consecuencia de lo anterior, el resultado de explotación disminuyó 8,4% totalizando \$69.561 millones.

En tanto, los gastos de administración y ventas disminuyeron 0,8% registrando \$41.565 millones. La obtención de menores gastos se debió a la mayor eficiencia administrativa iniciada en 1998.

De este modo, el resultado operacional del segmento alcanzó \$27.996 millones, generando un margen operacional de 24,6%, inferior al 28,3% de 1998. Asimismo, el EBITDA totalizó \$41.386 millones.

Contribución al Resultado Operacional Consolidado				
	1999	1998	1997	1996
Volumen (miles de hectólitros)	3.445	3.630	3.619	3.491
Ingresos de Explotación	113.994	120.231	121.040	116.753
Costos de Explotación	(44.433)	(44.268)	(48.030)	(49.749)
Gastos de Administración y Ventas	(41.565)	(41.891)	(43.502)	(43.527)
Resultado Operacional	27.996	34.072	29.508	23.477
<i>Margen Operacional</i>	<i>24,6%</i>	<i>28,3%</i>	<i>24,4%</i>	<i>20,1%</i>
EBITDA	41.386	46.912	42.951	36.734
<i>Margen EBITDA</i>	<i>36,3%</i>	<i>39,0%</i>	<i>35,5%</i>	<i>31,5%</i>

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 1999

PERSPECTIVAS FUTURAS

El trabajo realizado con las marcas, la red de distribución y la relación con el consumidor, posicionan a CCU como el líder indiscutido en Chile. Si bien esta es una gran ventaja, es también una gran responsabilidad para con nuestros consumidores.

El consumo de cerveza en Chile está por debajo del consumo de los demás países de América Latina. Esto se acentuó en 1999 debido a la situación económica que atravesó el país y que disminuyó el consumo de cerveza desde 27 litros a 26 litros per capita. Adicionalmente, existe un alto porcentaje de la población que es menor de 30 años, grupo de edad que presenta una marcada tendencia hacia el consumo de productos con un menor contenido de alcohol.

En este contexto, la Compañía se ha planteado el desafío de acrecentar el consumo de cerveza, para lo cual mantendrá un fuerte trabajo de marketing y una constante innovación de productos y empaques, creando nuevas ocasiones de consumo.

La entrada en operaciones de la planta de Temuco deja a la Compañía con tres plantas modernas, en una inmejorable posición para enfrentar los futuros crecimientos en la demanda por cerveza.

La recuperación económica, acompañada de un menor desempleo, y la constante inversión en las marcas de CCU, son la base del optimismo con el cual se ve el futuro cercano de este segmento.

Capacidad Instalada en 1999	
Capacidad Instalada Nominal por Año (millones de hectólitros)	5,7 ^(*)
Capacidad Utilizada en Mes Peak en Base a Producción	74%
Capacidad Utilizada en Mes Peak en Base a Venta	81%
Capacidad Utilizada Promedio en 1999	60%

() Considera la planta de Temuco sólo para el mes de diciembre*



CERVEZAS EN ARGENTINA

Santa Fe "SIEMPRE CON VOS",

Salta "EL SENTIR DE LO NUESTRO",

Córdoba "CAMBIO PARA VOS",

marcas con una fuerte identidad regional; junto a

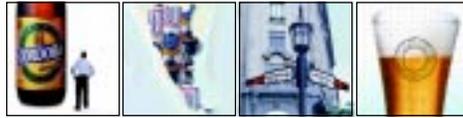
Budweiser "SENSACION BUDWEISER" y

Schneider "MAS Y MEJOR CERVEZA" a nivel nacional otorgan a

CCU Argentina 13% de participación de mercado.

CERVEZAS EN ARGENTINA

Unidad Estratégica de Negocios: CCU Argentina



PLAN ESTRATEGICO

A comienzos de 1999, CCU Argentina relanzó la marca Córdoba, aumentando su participación de mercado,

la cual llegó a 1,1% en diciembre de 1999, y mejorando notablemente sus indicadores de preferencia.

En 1999, las marcas de la Compañía controlaban 13% del mercado cervecero en Argentina.

Asimismo, se lanzó en octubre la marca Rosario para incrementar la presencia de la Compañía en esa ciudad, la cual ha sido muy bien recibida por los consumidores. Por último, durante diciembre fueron lanzadas las versiones "Night" de las cervezas Salta y Santa Fe en envases transparentes de 355 cc.

En el plano de las nuevas inversiones, se acordó la instalación de una línea de latas para abordar más eficientemente ese segmento de rápido crecimiento y diversificar el mix de empaques de CCU Argentina. Esto significará una inversión de US\$7,0 millones, financiados en parte a través de un aumento de capital por US\$ 5,9 millones realizado en diciembre de 1999. Como consecuencia de este aumento de capital, Anheuser-Busch aumentó su participación de 8,2% a 10,8%, confirmando así su compromiso de largo plazo con CCU Argentina.

CCU Argentina implementó en octubre un nuevo sistema de distribución mixto con atención directa a sus clientes en Buenos Aires, aprovechando las experiencias en esta materia tanto de CCU

Chile, como de Anheuser-
una mejor ejecución de
Schneider en el

Busch. La distribución directa permite la distribución de Budweiser y principal centro consumidor de Argentina, lo que se traducirá en un mayor foco y potencial de crecimiento. A modo de ejemplo, la primera preferencia de Budweiser durante el cuarto trimestre de 1999 llegó a 5,2%, lo que implica una brecha con su participación de mercado la cual alcanzó 3,1% en el mismo período. Esta brecha será cerrada por una mejor ejecución de la distribución directa y mayor cobertura. Los primeros resultados de este cambio han sido muy alentadores, durante los meses de noviembre y



diciembre los volúmenes en la ciudad de Buenos Aires aumentaron alrededor de 20%.

ROCE

Cervezas en Argentina es aún un negocio en vías de consolidarse, por lo que todavía no entrega un retorno sobre el capital empleado positivo. Sin embargo, en el futuro cercano, el capital que ha sido invertido incrementará su contribución al retorno de la Compañía. De hecho, CCU Argentina tuvo durante 1999 un resultado operacional levemente positivo, el cual no fue suficiente para compensar la asignación de gastos de la matriz al segmento cervezas en Argentina.

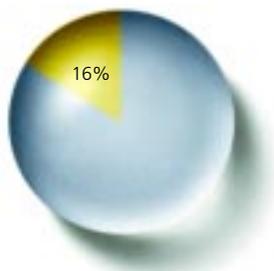
MARCAS

CCU entró al mercado argentino en 1995 con la compra de las cerveceras regionales: Salta y Santa Fe. Ese mismo año, realizó un joint venture con Anheuser-Busch para producir localmente Budweiser, cuyo objetivo era penetrar el mercado de Buenos Aires y convertirla en la principal marca de la Compañía en todo el país. Por último, en 1998 la Compañía adquirió los activos de Cervecería Córdoba, incrementando de esta forma su presencia regional. En el segmento popular, CCU Argentina participa con su marca Schneider, la que se vende a nivel nacional en conjunto con Budweiser. Luego de cuatro años de presencia en Argentina, CCU posee 13% de participación de mercado, compuesto por 3% de Budweiser y 10% de Schneider y las marcas regionales.



Para la Compañía un objetivo primordial es construir capital de marca, por lo que ha hecho del marketing su principal herramienta competitiva, aún en una industria que durante 1999 descontó precios fuertemente debido a la agresiva competencia y a la difícil situación económica que enfrentó Argentina. Durante el año, fue lanzada una nueva campaña publicitaria para Budweiser. Esta marca logró un crecimiento en volúmenes de 9% en el año e incrementó su primera preferencia a 6% a nivel nacional. Asimismo, Córdoba obtuvo una primera preferencia de 9% durante el cuarto trimestre de 1999, aumentando considerablemente su participación de mercado desde que fue relanzada en febrero, alcanzando a diciembre 1,1% a nivel nacional.

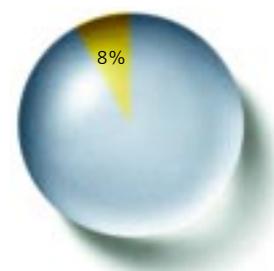
Contribución a los Ingresos de Explotación Consolidados



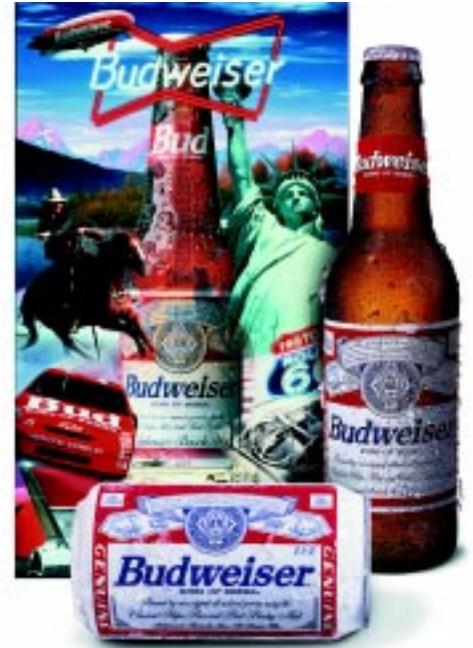
Contribución al Resultado Operacional Consolidado

Durante 1999 el segmento cervezas en Argentina contribuyó negativamente al resultado operacional

Contribución al EBITDA Consolidado



Como resultado de la constante preocupación por las marcas, Salta y Santa Fe son las preferidas en sus respectivas regiones, con indicadores de primera preferencia de 34% y 55% respectivamente. Por último, en octubre se sumó al grupo de cervezas regionales la marca Rosario, y se lanzaron las marcas Salta Night y Santa Fe Night en botellas transparentes de 355cc con una imagen de vanguardia.

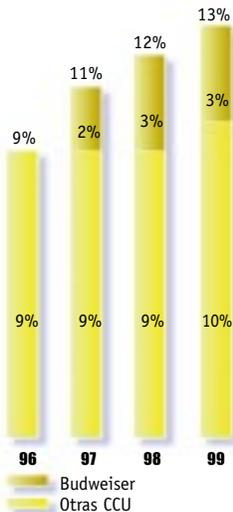


PRODUCCION

CCU Argentina elabora casi la totalidad de sus productos en sus plantas ubicadas en las ciudades de Salta y Santa Fe. Sin embargo,

las latas se producen en Chile en el caso de las marcas argentinas y en Estados Unidos en el caso de Budweiser. Actualmente, se encuentra en construcción en la planta de Santa Fe una línea de envasado de latas que, cuando entre en producción en septiembre del año 2000, permitirá a la Compañía abordar con mayor eficiencia este segmento que tuvo un importante crecimiento durante 1999.

Participación de Mercado



DISTRIBUCION

La Compañía mantenía un contrato de distribución con Buenos Aires Embotelladora S.A. (BAESA), para Buenos Aires, al cual se le puso término de común acuerdo una vez que BAESA fue vendido a un competidor. A partir de octubre de 1999, CCU Argentina asumió directamente la venta de sus productos mediante un sistema de distribución mixta con atención directa a sus clientes. En las regiones de Salta, Santa Fe y Rosario, la proximidad de los clientes a las plantas productoras permite distribuir los productos directamente. Para cubrir las demás zonas del país, CCU Argentina contrata a distribuidores independientes.

RESULTADO OPERACIONAL

El volumen de venta aumentó 8,5% durante 1999, a pesar de las dificultades económicas que atravesó Argentina durante el año. El aumento de volumen, junto a una devaluación del peso chileno respecto a la moneda argentina, resultaron en un incremento de 16,7% en los ingresos de explotación, los cuales alcanzaron \$45.209 millones.

Por su parte, los costos de explotación crecieron 9,4%, a pesar de los menores costos unitarios de materias primas, principalmente cebada y malta, como consecuencia del aumento en los volúmenes y de un crecimiento en la depreciación y remuneraciones. Los mayores ingresos y costos de explotación se tradujeron en un aumento de 24,4% en el resultado de explotación, el cual registró \$23.598 millones.

Contribución al Resultado Operacional Consolidado				
	1999	1998	1997	1996
Volumen (miles de hectólitros)	1.579	1.455	1.423	1.005
Ingresos de Explotación	45.209	38.727	36.129	25.514
Costos de Explotación	(21.611)	(19.751)	(20.281)	(14.173)
Gastos de Administración y Ventas	(24.649)	(21.449)	(15.450)	(11.808)
Resultado Operacional	(1.052)	(2.472)	398	(467)
<i>Margen Operacional</i>	-2,3%	-6,4%	1,1%	-1,8%
EBITDA	5.513	2.334	3.781	1.945
<i>Margen EBITDA</i>	12,2%	6,0%	10,5%	7,6%

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 1999

Los gastos de administración y ventas se incrementaron 14,9% alcanzando \$24.649 millones. Este crecimiento se explica fundamentalmente por el efecto del tipo de cambio y mayores gastos asociados a distribución.

Finalmente, este segmento de negocio anotó un resultado operacional negativo de \$1.052 millones, mientras que el EBITDA totalizó \$5.513 millones positivos, lo que representa un crecimiento de 136,2% respecto al de 1998. Cabe destacar que la unidad estratégica de negocios CCU Argentina obtuvo un resultado operacional positivo de \$162 millones, sin embargo el resultado operacional negativo del segmento cervezas en Argentina se explica por la asignación de gastos de la matriz que se realiza a todos los segmentos de negocio.

PERSPECTIVAS FUTURAS

CCU Argentina se ha planteado para los próximos tres años aumentar su participación de mercado entre un punto y un punto y medio por año, dentro de lo cual Budweiser continúa siendo el principal motor de crecimiento. Para conseguir este objetivo se enfrentan varios desafíos. El primero de ellos es la consolidación del sistema de distribución propia en Buenos Aires, el que permitirá ganar participación de mercado para Budweiser. También en el ámbito de la distribución se incrementará en forma progresiva la cobertura, llegando cada vez a más ciudades y clientes. Asimismo, la nueva línea de latas estará operativa durante el año 2000, con lo cual la Compañía estará en una mejor posición para competir en ese segmento del mercado. Además, la Compañía proyecta ampliar la participación de mercado de sus marcas regionales con el aumento de ventas de la cerveza Córdoba, a fin de recuperar su participación de mercado histórica de 3%, y con el aumento de ventas de la recientemente lanzada marca Rosario, la cual ha tenido una muy buena recepción por parte de los consumidores.

Capacidad Instalada en 1999	
Capacidad Instalada Nominal por Año (millones de hectólitros)	2,9
Capacidad Utilizada en Mes Peak en Base a Producción	77%
Capacidad Utilizada en Mes Peak en Base a Venta	88%
Capacidad Utilizada Promedio en 1999	52%



BEBIDAS GASEOSAS Y AGUAS MINERALES

ECUSA es segunda en la industria de gaseosas y líder en la industria

de agua mineral con marcas como

Bilz y Pap "OTRO MUNDO",

Orange Crush "DEJA TU MARCA... A TODO CRUSH",

Pepsi Cola "PRUEBA PEPSI HOY",

Néctar Watt's "DAN GANAS DE WATT'S",

Agua Mineral Cachantun "UN ESTILO DE VIDA", entre otras.

BEBIDAS GASEOSAS Y AGUAS MINERALES

Unidad Estratégica de Negocios: ECUSA



PLAN ESTRATEGICO

En marzo se relanzó el agua mineral Porvenir, con una nueva imagen para posicionarse en el segmento

premium que se encuentra poco desarrollado en Chile. En la misma línea de fortalecimiento de las marcas de la Compañía, se realizó un importante trabajo con Bilz y Pap. Durante el mes de mayo se lanzaron Mini Bilz y Mini Pap, en envases plásticos desechables de 250 cc, introduciendo nuevas ocasiones de consumo que permiten ampliar la demanda por gaseosas. Dado su empaque seguro, práctico y a la posibilidad de dosificar el consumo, es el formato ideal para que los niños lo lleven al colegio, a paseos y para su consumo al paso. Esto permitió que sus volúmenes crecieran 9,1% en el segundo semestre. Adicionalmente, el incremento de las ventas de Kem, producto de una nueva campaña publicitaria, generó un aumento de participación de mercado de las marcas propias desde 13% a 14% durante 1999. Gracias a estos logros, Bilz y Pap se consolidó como la segunda marca de bebidas gaseosas en Chile y la líder en el segmento de sabores.

Las marcas de agua mineral de la Compañía, Cachantun y Porvenir, continuaron liderando el mercado con una participación de 63%. Las marcas propias de CCU poseen a su vez 14% del mercado.

En diciembre, ECUSA lanzó su proyecto de jugos. Luego de firmar un nuevo acuerdo con Watt's, marca de gran tradición y reconocimiento en la industria de alimentos en Chile, la Compañía lanzó "Néctar Watt's" con nuevos sabores y empaques. Este es un mercado que ha tenido un fuerte crecimiento en los últimos años y con un consumo per capita de sólo 6 litros anuales, lo que está

bajo el nivel de varios países latinoamericanos y en el que CCU participaba solamente con envases retornables en sabores de

durazno y damasco. Este proyecto contempla el lanzamiento de nuevos formatos y sabores.

En el área de distribución, en octubre se comenzaron a explotar sinergias junto con CCU Chile para distribuir en forma conjunta en la ciudad de Concepción, manteniendo las fuerzas de ventas separadas.



ROCE

Durante 1999, el segmento gaseosas y aguas minerales de la Compañía obtuvo un retorno sobre el capital empleado de 8,8%. Este estuvo determinado por las condiciones macroeconómicas, la intensa competencia existente en la industria de gaseosas, los nuevos proyectos en que ha invertido la Compañía, como los jugos, y la posición de liderazgo en el segmento de agua mineral.



MARCAS

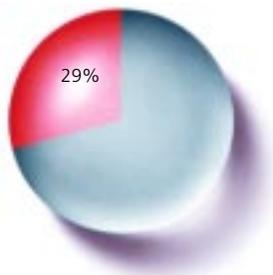
En 1999, la participación de ECUSA en el mercado de las bebidas gaseosas alcanzó a 26% con un total de 14 marcas. La cartera de productos está formada por marcas propias de CCU y marcas licenciadas de Cadbury Schweppes y de PepsiCo. Las marcas de CCU junto con las de Cadbury Schweppes controlaron durante 1999 el 54% del segmento de las bebidas no-colas, en tanto que las marcas de Pepsi Cola registraron una participación de mercado de 6% en el segmento de las bebidas cola. Asimismo, la Compañía fortaleció su presencia en el creciente segmento de los néctares, bajo la reconocida marca Watt's, renovando su imagen e introduciendo dos nuevos sabores, piña y naranja, además de nuevos envases de vidrio desechables de boca ancha.

Las marcas de agua mineral de la Compañía, Cachantun y Porvenir, continuaron liderando ese mercado con una participación de 63% para el año 1999.

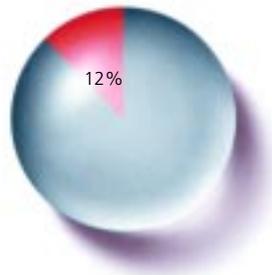
En una situación de mercado compleja, la Compañía construyó capital de marcas, obteniendo los indicadores de preferencia más altos para sus marcas propias desde que éstos son medidos, e importantes ganancias en participación de mercado. En consecuencia, CCU está muy optimista con el desempeño futuro de este segmento.

En diciembre de 1998, The Coca-Cola Company anunció su intención de adquirir las marcas Cadbury Schweppes en varios países. A fines de julio de 1999 se concretó finalmente esta operación, pero en menos países de los estimados inicialmente por problemas con las regulaciones antimonopolio en varios de ellos. Ese mes ECUSA realizó una denuncia ante el Fiscal Nacional Económico en contra de The Coca-Cola Company por conducta atentatoria contra la libre competencia, habiéndose dictado en enero de 2000 una medida precautoria que suspende ciertas cláusulas del contrato por un plazo

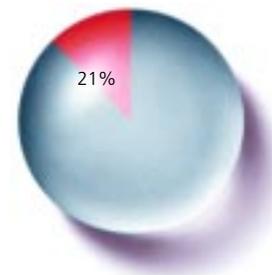
Contribución a los Ingresos de Explotación Consolidados



Contribución al Resultado Operacional Consolidado

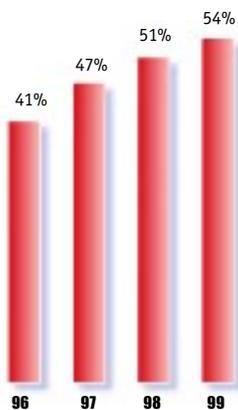


Contribución al EBITDA Consolidado



de 180 días, mientras se estudian los antecedentes del caso. En noviembre, ECUSA interpuso una demanda de resolución de contrato con indemnización de perjuicios, por incumplimiento de las obligaciones a CS Beverages Ltd., Canada Dry Corporation Limited y The Coca-Cola Company. Hacia fines de 1999, ECUSA recibió una notificación de término anticipado de los contratos de licencia para las marcas Crush y Canada Dry por parte de CS Beverages Ltd. y Canada Dry Corporation Limited, la cual luego fue retirada. La Compañía reaccionó con un enérgico rechazo a esta medida por considerarla una violación a los contratos existentes entre las partes.

Desempeño de Marcas Propias en Mix Total de Gaseosas de CCU



PRODUCCION

ECUSA opera dos plantas productoras de bebidas gaseosas, ubicadas en Santiago y Talcahuano. Además, procesa gaseosas bajo maquila en la planta de CCU en Antofagasta. Adicionalmente, posee dos fuentes naturales de agua mineral, en Coinco y Casablanca, donde se producen y embotellan Cachantun y Porvenir, respectivamente.

DISTRIBUCION

En las ciudades de mayor población (Santiago, Rancagua y Valparaíso/Viña del Mar), ECUSA se encarga de la venta directa de bebidas gaseosas y agua mineral. Sin embargo, en las ciudades más pequeñas distribuye sus productos en conjunto con cervezas y vinos, utilizando la infraestructura de CCU Chile, de manera de potenciar sinergias y reducir costos. En octubre, comenzó un plan piloto de distribución conjunta en la ciudad de Concepción, la segunda mayor del país. Este consiste en vender en forma separada gaseosas de cervezas y vinos, mientras que la entrega y logística se realizan en conjunto. De ser positivos los resultados de esta experiencia, se podrá implementar en otras ciudades donde existen dos sistemas de distribución paralelos, lo cual permitirá mayores sinergias con la consecuente disminución de costos.

RESULTADO OPERACIONAL

Durante 1999, los volúmenes de venta de bebidas gaseosas fueron 3,1% menores a 1998, mientras que el agua mineral en Chile obtuvo un crecimiento de 0,8%. El alto nivel de competencia en el sector, junto con las difíciles condiciones económicas de 1999, causaron una disminución de 3,7% en el precio promedio de las gaseosas y 3,0% en el agua mineral. Como resultado, los ingresos de explotación totales de este segmento disminuyeron 5,9% respecto de 1998, alcanzando \$85.026 millones.

Por su parte, el costo de explotación del segmento disminuyó 1,4% debido al menor volumen de venta. Sin embargo, esto no permitió compensar el efecto de los menores precios generando una disminución de 10,3% en el resultado de explotación, el que alcanzó a \$40.631 millones.

Por su parte, los gastos de administración y ventas disminuyeron 5,1%, gracias a un esfuerzo realizado por alcanzar mayores eficiencias en las operaciones y en la distribución, totalizando \$35.734 millones.

Finalmente, el resultado operacional alcanzó \$4.897 millones, lo que significó un margen operacional de 5,8% durante 1999, versus 8,5% en 1998. Por su parte, el EBITDA disminuyó 15,4%, alcanzando \$15.681 millones.

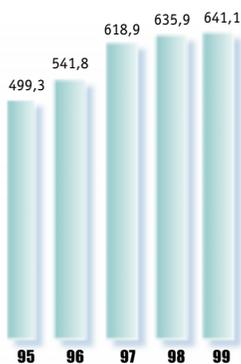
Contribución al Resultado Operacional Consolidado				
	1999	1998	1997	1996
Volumen (miles de hectólitros)	3.762	3.868	3.829	3.832
Ingresos de Explotación	85.026	90.359	93.057	95.129
Costos de Explotación	(44.395)	(45.047)	(45.644)	(50.666)
Gastos de Administración y Ventas	(35.734)	(37.674)	(37.570)	(37.516)
Resultado Operacional	4.897	7.638	9.843	6.947
<i>Margen Operacional</i>	<i>5,8%</i>	<i>8,5%</i>	<i>10,6%</i>	<i>7,3%</i>
EBITDA	15.681	18.545	20.575	16.781
<i>Margen EBITDA</i>	<i>18,4%</i>	<i>20,5%</i>	<i>22,1%</i>	<i>17,6%</i>

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 1999

PERSPECTIVAS FUTURAS

La Compañía espera que se mantenga el alto nivel de competencia en la industria chilena de bebidas gaseosas, con un consumo per capita de alrededor de 90 litros por año y el aumento de participación de las marcas de supermercados. Así, es probable que la tendencia hacia menores precios reales iniciada durante 1998 continúe en el futuro. Por el contrario, los mercados de agua mineral y jugo presentan positivas perspectivas de crecimiento, toda vez que sus consumos per capita están por debajo de los promedios latinoamericanos y existe una tendencia a consumir productos sanos y naturales en beneficio de la salud.

Volumen Agua Mineral en Chile (miles de hl)



En este contexto, los próximos años presentan interesantes perspectivas para el negocio de gaseosas y aguas minerales. Algunas de las razones para este optimismo son las siguientes: i) el proyecto de néctares que contempla lanzamientos de nuevos formatos y sabores, ii) la fortaleza de las marcas propias que por sí solas poseen 14% de participación de mercado, mientras que la Compañía como un todo alcanza a 26%, iii) el liderazgo en la industria de aguas minerales en Chile con 63% del mercado, donde se espera aumentar los actuales 7 litros per capita mediante la introducción de nuevos envases y productos, y iv) una mejor relación con PepsiCo, que permitirá aumentar su participación de mercado y mejorar la percepción de sus marcas mediante acciones comerciales consistentes y enfocadas.

Capacidad Instalada en 1999		
	Gaseosas	Agua Mineral
Capacidad Instalada Nominal por Año (millones de hectólitros)	9,9	2,2
Capacidad Utilizada en Mes Peak	43%	42%
Capacidad Utilizada Promedio en 1999	32%	29%

VINOS

Viña San Pedro es la segunda exportadora de vinos chilenos y la

tercera viña en el mercado nacional con marcas premium como

Cabo de Hornos y Castillo de Molina, y varietales como

35 Sur "LO CONOCIERON, LO PROBAPON, LO PREMIARON",

Urmeneta "APRECILO TODOS LOS DIAS",

Gato "EL MAS GRANDE DE LOS VINOS", y

Santa Helena "TRADICION DE FAMILIA".



VINOS

Unidad Estratégica de Negocios: Viña San Pedro S.A.



PLAN ESTRATEGICO

En 1999, Viña San Pedro S.A. (VSP) introdujo en el mercado doméstico un envase de cartón de 1,7 litros, único en su tipo, y una botella de 1,1 litros para su marca Santa Helena. Asimismo, lanzó Late Harvest San Pedro en el segmento de vino premium, Santo Tomás en el segmento de consumo masivo en una atractiva botella de 1,1 litros, Jazz vino blanco en envase cartón, destinado al segmento joven, y Champagne San Pedro lanzado en diciembre pasado para celebrar el cambio de milenio.

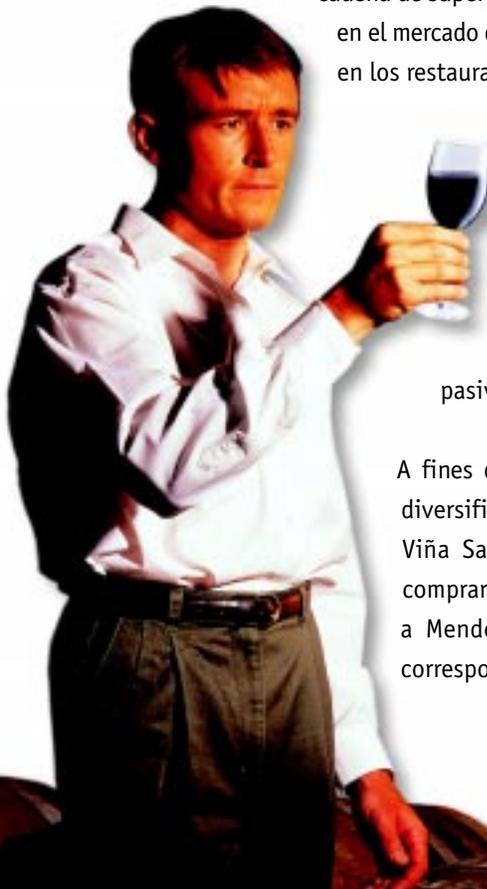
En exportaciones destaca el crecimiento de 20,1% en volumen durante 1999, en un mercado que se mantuvo plano y donde la competencia relevante decreció.

Durante el año se plantaron 579 hectáreas adquiridas en el marco del proyecto Siglo XXI, completando un total de 2.500 hectáreas plantadas. Los nuevos viñedos aumentarán la producción propia de vinos de la Compañía y otorgarán un mayor control sobre el costo de las materias primas.

En cuanto a distribución, en el mercado de exportación se realizó un acuerdo con la cadena de supermercados norteamericana Trader Joe's. Por su parte, en el mercado doméstico los esfuerzos en distribución se enfocaron en los restaurantes, donde VSP tenía una presencia muy reducida, creándose una fuerza de ventas especial para atender estos locales.

En materia financiera, Viña San Pedro realizó un aumento de capital por aproximadamente US\$25 millones entre los meses de marzo y junio de 1999. Los recursos obtenidos se utilizaron para refinanciar pasivos asociados al proyecto de inversión Siglo XXI.

A fines de 1999, Viña San Pedro dio un gran paso en su diversificación. En el mes de octubre se formó la sociedad Viña San Pedro Argentina S.A. y en enero de 2000 se compraron 200 hectáreas, en la zona de San Carlos, cercana a Mendoza en Argentina, de las cuales 144 hectáreas corresponden a viñedos ya plantados y en producción. El



plan de este negocio contempla la exportación de vinos argentinos a través de la red de distribución internacional de Viña San Pedro.

ROCE

Durante el año, el retorno del segmento vinos fue de 7,6%. Cabe destacar que durante los últimos años se han hecho importantes inversiones en Viña San Pedro, para aumentar las instalaciones de vinificación, embotellado y guarda, así como para aumentar las hectáreas plantadas. Hasta 1999, alrededor de 50% de la superficie de tierras de la viña aún no alcanzan su plena capacidad por lo que no contribuyen en forma significativa a su rentabilidad.



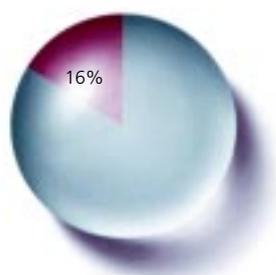
MARCAS

El portafolio de productos de Viña San Pedro S.A. para el mercado doméstico se compone de Cabo de Hornos, Castillo de Molina, Las Encinas, 35 Sur, Urmeneta, Gato, Santa Helena y Etiqueta Dorada. A estas marcas se sumaron en 1999 Jazz, Santo Tomás, Late Harvest San Pedro y Champagne San Pedro.

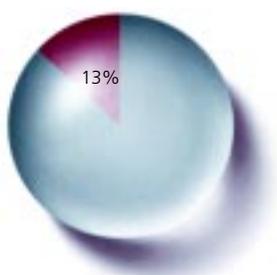
Como resultado de una estrategia de marketing consistente, un fuerte trabajo en cuanto a la calidad de los productos y la explotación de sinergias con CCU, VSP se ha consolidado como la tercera viña dentro del mercado doméstico con aproximadamente 12% de participación.

La calidad de los vinos de Viña San Pedro ha sido reconocida internacionalmente en importantes concursos, destacándose 35 Sur Sauvignon Blanc 1999 con medalla de oro en el International Wine Challenge 1999 en Inglaterra, por segundo año consecutivo, siendo el único sauvignon blanc chileno que ha obtenido medalla de oro en este destacado concurso. En dicho evento, los vinos Selección del Directorio Chardonnay 1997 de Santa Helena y Castillo de Molina Reserva Chardonnay 1997 obtuvieron medallas de plata; este último vino también obtuvo medalla de plata en el Challenge International du Vin 1999 realizado en Francia. Por su parte, Selección del Directorio Merlot 1997 y Selección del Directorio Cabernet Sauvignon 1997, ambos de Santa Helena, obtuvieron medallas de oro y plata respectivamente en el 1999 Catad'Or Awards en Chile. Adicionalmente, la revista de vinos más prestigiosa a nivel mundial, Wine Spectator, calificó al vino 35 Sur Sauvignon Blanc 1998

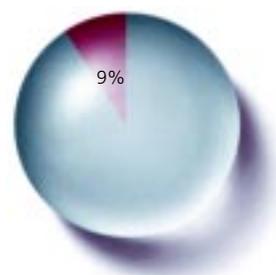
Contribución a los Ingresos de Explotación Consolidados



Contribución al Resultado Operacional Consolidado



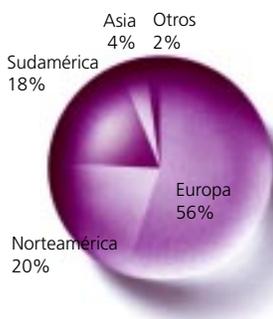
Contribución al EBITDA Consolidado



dentro de los 14 mejores sauvignon blanc del mundo, dentro del rango de precio hasta US\$12. Estos reconocimientos son fruto del trabajo y esfuerzo de los enólogos de Viña San Pedro, quienes son asesorados por el destacado profesional francés Jacques Lurton.

En exportaciones se destaca el crecimiento de 20,1% en volumen obtenido por VSP durante el año, en un mercado que estuvo plano y donde la competencia relevante decreció. Lo anterior ha consolidado a VSP como la segunda viña exportadora chilena, aumentando su participación de mercado desde 10% en 1998 a 12% en 1999. Estos logros se han obtenido a través de una estrategia coherente, que ha privilegiado la red internacional de distribución. La diversidad de los mercados ha sido también un factor relevante, VSP llega con sus productos a 47 países en los cinco continentes.

Destinos de Vinos de Exportación 1999



El crecimiento experimentado por la Compañía se explica principalmente por los aumentos en ventas físicas logrados en Estados Unidos (54%), Canadá (41%) y Suecia (64%). Estos países compensaron con creces la disminución de los embarques a Japón, que en 1999 disminuyó drásticamente su importación de vino chileno afectando fuertemente a la industria.

PRODUCCION

Los viñedos de la Compañía cubren hoy un total de 2.500 hectáreas, y entrarán en producción en forma gradual en las próximas temporadas. Al igual que en años anteriores, Viña San Pedro abasteció en 1999 aproximadamente 42% de sus necesidades de vino de exportación con producción propia, comprando lo restante como vino y uva.

Durante este año, la Compañía finalizó la construcción de las más modernas instalaciones de vinificación y guarda en Chile, ubicadas junto a sus viñedos en Molina. Gracias a estas instalaciones, las compras a terceros fueron mayoritariamente uvas, en vez de vino a granel, lo que asegura una calidad uniforme y un costo de producción menor.

DISTRIBUCION

Viña San Pedro distribuye sus productos en todo el país a través de la red de CCU Chile, llegando a aproximadamente 21.000 clientes. Por otra parte, los vinos de exportación se venden en todo el mundo a través de una red de distribuidores entre los que se cuentan Shaw Ross International en Estados Unidos, Asahi Breweries en Japón, Schenk y Buckingham en Europa y Pernod Ricard en Canadá.

RESULTADO OPERACIONAL

Durante 1999, los volúmenes de venta de vino de exportación crecieron 20,1%, mientras que los volúmenes domésticos se mantuvieron prácticamente constantes. Por su parte, los precios reales crecieron 7,8% y 8,4% en el mercado doméstico y de exportación, respectivamente. En consecuencia, el ingreso de explotación del segmento vinos creció 20,8% alcanzando \$45.629 millones.

Por su parte, el costo de explotación aumentó 20,4% debido a los mayores volúmenes y precios de las materias primas. Sin embargo, la mejoría en precios y márgenes resultó en un incremento de 21,5% en el resultado de explotación, alcanzando \$14.420 millones.

Los gastos de administración y venta se incrementaron 12,0%, como consecuencia de los mayores volúmenes de venta, llegando a \$9.397 millones.

Como resultado, el segmento vinos incrementó su resultado operacional en 44,3%, alcanzando \$5.023 millones, y 37,9% su EBITDA, que totalizó \$6.609 millones.

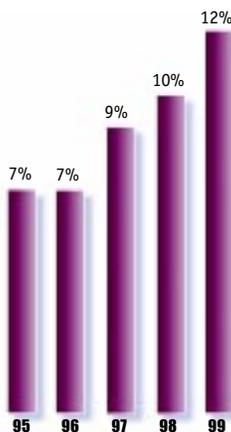
Contribución al Resultado Operacional Consolidado				
	1999	1998	1997	1996
Volumen Total (miles de hectólitros) ^(*)	566,9	524,2	451,1	368,6
Volumen Doméstico	286,7	287,2	253,8	237,8
Volumen de Exportación	277,3	230,8	186,3	116,1
Ingresos de Explotación	45.629	37.782	28.971	20.545
Costos de Explotación	(31.209)	(25.911)	(17.989)	(13.059)
Gastos de Administración y Ventas	(9.397)	(8.390)	(8.391)	(7.062)
Resultado Operacional	5.023	3.481	2.591	424
<i>Margen Operacional</i>	11,0%	9,2%	8,9%	2,1%
EBITDA	6.609	4.793	3.489	1.196
<i>Margen EBITDA</i>	14,5%	12,7%	12,0%	5,8%

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 1999

() Incluye ventas realizadas por CCU Argentina*

PERSPECTIVAS FUTURAS

Participación de Mercado en Vino de Exportación



Las nuevas instalaciones y la entrada en producción de nuevos viñedos permitirán a Viña San Pedro S.A. continuar aumentando la calidad de sus productos y mejorando sus márgenes.

La posición de la Viña en el mercado doméstico se ha fortalecido gracias a sus marcas, los recientes lanzamientos de productos e innovaciones en envases. Adicionalmente, durante 1999 la participación de las botellas en el mix de empaques prácticamente se ha duplicado. Esta positiva tendencia debería continuar a futuro, resultando en una mayor rentabilidad para este segmento.

Durante 1999, Viña San Pedro continuó fortaleciendo los lazos con su extensa red de distribuidores en el exterior, permitiéndole aumentar sus volúmenes en forma considerable. Este activo de la Compañía, en conjunto con la recuperación del mercado asiático, permiten a Viña San Pedro estar muy optimista en relación a su futuro.

Finalmente, las inversiones en Argentina permitirán realizar el año 2000 las primeras exportaciones de vino argentino, lo que completará el mix de productos que ofrece Viña San Pedro a su extensa red internacional de distribución. En los próximos años ésta será una importante fuente de crecimiento y diversificación.

Capacidad Instalada en 1999	
Capacidad Instalada de Vinificación Nominal por Año (miles de hectólitros)	230
Capacidad de Guarda (miles de hectólitros)	522
Capacidad de Envasado (lts/hr)	44.100



OTROS NEGOCIOS

Los otros negocios que posee CCU son:

Fábrica de Envases Plásticos S.A. (PLASCO),

dedicada a la producción de envases plásticos

y Karlovačka Pivovara d.d. (Karlovačka)

la segunda mayor cervecera croata.



OTROS NEGOCIOS

Los otros negocios que posee CCU son: Fábrica de Envases Plásticos S.A. (PLASCO), dedicada a la producción de envases plásticos, y Karlovacka Pivovara d.d. (Karlovacka), la segunda cervecera croata.

Unidad Estratégica de Negocios: PLASCO

Para reemplazar la línea de cajas de madera que empleaba CCU en el transporte de sus productos, por cajas plásticas para botellas, se creó, en noviembre de 1979, PLASCO. A fines de 1991, incorporó una nueva línea de productos destinada a la fabricación de preformas y a la elaboración de botellas plásticas retornables y no retornables.

Actualmente, la mayor parte de su producción está dirigida a CCU y a ECUSA. Así, PLASCO juega un rol estratégico al permitir a la Compañía introducir innovaciones de empaques y reaccionar a los cambios del mercado, lo que cobra especial relevancia en el caso de la industria de bebidas gaseosas y agua mineral.

Para satisfacer la creciente demanda por sus productos, durante 1999 PLASCO realizó importantes inversiones en sus líneas de soplado e inyección, incrementando su capacidad productiva en 40 millones de botellas desechables anuales. Actualmente, PLASCO opera una planta en Santiago donde es capaz de producir 200 millones de botellas al año.

La constante incorporación de nuevas y avanzadas tecnologías a su línea de productos le ha permitido vincularse con los líderes mundiales en su especialidad a través de licencias y asesorías diversas.

En julio, PLASCO, luego de dos años de preparación, certificó en la norma de aseguramiento de calidad ISO 9002, siendo la primera empresa del grupo CCU y la primera en el rubro botellas plásticas en Chile en obtener dicha certificación.

RESULTADOS FINANCIEROS

Durante 1999, los ingresos de explotación de PLASCO alcanzaron \$11.512 millones, en tanto su resultado operacional totalizó \$3.152 millones, comparados con \$11.919 millones y \$3.172 millones durante 1998. La disminución en los ingresos y resultado operacional se explica principalmente por menores precios de venta de botellas a ECUSA y de cajas a CCU, principales clientes de PLASCO. Finalmente, durante 1999 PLASCO registró un incremento de 6,6% en su utilidad neta la que alcanzó \$2.719 millones.

	1999	1998	1997	1996
Ingresos de Explotación	11.512	11.919	9.743	12.123
Costos de Explotación	(7.245)	(7.585)	(6.666)	(9.478)
Gastos de Administración y Ventas	(1.114)	(1.161)	(1.091)	(1.261)
Resultado Operacional	3.152	3.172	1.986	1.384
<i>Margen Operacional</i>	27,4%	26,6%	20,4%	11,4%

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 1999

Unidad Estratégica de Negocios: Karlovacka Pivovara d.d.

CCU posee desde septiembre de 1994, una participación en Karlovacka, la segunda mayor compañía cervecera de Croacia. Dicha participación se materializa a través de la filial de CCU, Southern Breweries Establishment.

Karlovacka está presente en la industria cervecera de Europa central desde 1854. Posee un amplio portafolio de marcas que incluye marcas nacionales e importadas. Las marcas nacionales son: Karlovacka Svijetlo y Rally (cerveza sin alcohol), así como la recientemente lanzada cerveza de invierno 2000. A fines de 1997, Karlovacka incorporó las marcas importadas Paulaner, incluyendo Helles, Pils y Weissbier. En conjunto, estos productos acumulan una participación de mercado de 28%.

Durante 1999, Karlovacka Pivovara d.d. se fijó el propósito de obtener una estructura de costos más liviana y eficiente. Para ello, emprendió una reestructuración de su fuerza de trabajo y separó las áreas de distribución y ventas como una forma de ahorrar costos y mejorar la productividad de la empresa.

Los productos de Karlovacka se elaboran en su planta cervecera en la ciudad de Karlovac, a 40 kilómetros de la capital Zagreb. La distribución de los productos se realiza a través de los centros de distribución ubicados a lo largo de Croacia, y abastece aproximadamente a 15.000 clientes, los cuales sirven a más de 35.000 puntos de ventas.

RESULTADOS FINANCIEROS

Durante 1999, el volumen de venta de Karlovacka Pivovara alcanzó a 1.007.685 hectólitros, 10,9% menos que en 1998, explicado principalmente por una caída de 27,4% en las exportaciones debido al aumento de los aranceles en Bosnia. Esto se reflejó en una disminución de 6,5% en los ingresos de explotación, los que alcanzaron a 362,9 millones de kunas (*). Por su parte, el resultado operacional llegó a 32,0 millones de kunas, y la utilidad neta totalizó 40,9 millones de kunas, 19,5% menor al resultado final de 1998. Esta disminución en la utilidad neta de Karlovacka se explica, en parte, por la ausencia en 1999 de una utilidad no operacional extraordinaria por 10,3 millones de kunas, neta de impuestos, realizada en 1998 por el prepago de créditos.

(* Al 31 de diciembre de 1999, una kuna equivalía a \$69,31 pesos chilenos.

Nota: De acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en Chile, CCU no consolida los resultados de Karlovacka Pivovara d.d.



ACTIVIDADES Y NEGOCIOS

Compañía Cervecerías Unidas S.A. posee un indiscutido liderazgo en el mercado nacional de bebidas y una consolidada presencia en los mercados extranjeros donde participa. Los modernos procesos productivos, la eficiente gestión comercial y una estructura organizacional que aprovecha de la mejor manera las sinergias entre las Unidades Estratégicas de Negocios (UEN) y las Unidades de Apoyo Corporativo (UAC), le han permitido a CCU realizar una exitosa gestión a pesar de la difícil situación económica que afectó a la región durante 1999.

Dentro de las actividades realizadas por las Unidades Estratégicas de Negocios destacan las siguientes:

PRODUCCION DE CERVEZAS EN CHILE

La Compañía elabora un diverso portafolio de productos. Sus marcas propias son Cristal, Morenita, Royal Guard, Royal Light, Escudo y Dorada. Junto con ello, bajo licencia, produce la línea de cervezas premium Paulaner y la cerveza negra Guinness.

La comercialización de cerveza se realiza en botellas de vidrio, latas de aluminio y en barriles de acero inoxidable para la espumante cerveza en schop.

PRODUCCION DE BEBIDAS GASEOSAS

Dentro del segmento de gaseosas, elabora productos bajo las marcas Orange Crush, Orange Crush Diet, Limón Soda Canada Dry, Ginger Ale Canada Dry, Agua Tónica Canada Dry, Squirt, Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Max, Seven Up, Seven Up Diet, todos bajo licencia, junto a las marcas propias Bilz, Pap y Kem.

PRODUCCION DE NECTARES

La Compañía produce bajo licencia néctares Watt's con sabores a durazno, damasco, piña y naranja, a través de su filial ECUSA.

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CERVEZAS EN EL EXTRANJERO

CCU participa en la producción y comercialización de cervezas en el extranjero con instalaciones en Argentina, en las ciudades de Salta y Santa Fe, y en Croacia, en la ciudad de Karlovac. En Argentina, sus principales marcas son Schneider, Santa Fe, Salta, Córdoba, Rosario y, bajo licencia, Budweiser, la cerveza más vendida en el mundo. En Croacia, su marca líder es Karlovacka Svijetlo. Asimismo, CCU exporta cerveza a diversos países.

PRODUCCION DE VINOS

CCU complementa sus líneas de productos con la elaboración de los vinos de Viña San Pedro S.A., los cuales se comercializan en el mercado nacional y extranjero. Sus principales marcas son Gato,

Urmeneta, Las Encinas, 35 Sur, Castillo de Molina, Cabo de Hornos y la línea Santa Helena. Durante 1999, se introdujeron las marcas Jazz, Santo Tomás, Late Harvest San Pedro y Champagne San Pedro. Los vinos se comercializan en botellas de vidrio, empaques de cartón, garrafas y a granel.

EMBOTELLACION DE AGUAS MINERALES

Las aguas minerales Cachantun y Porvenir son envasadas en su fuente de origen y comercializadas a nivel nacional por Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA). En Argentina la Compañía envasa y comercializa agua mineral Palau, cuya fuente se ubica en Rosario de la Frontera, provincia de Salta.

COMERCIALIZACION, DISTRIBUCION Y VENTA DE CERVEZAS, VINOS, GASEOSAS Y PRODUCTOS NATURALES, AGUAS MINERALES Y NECTARES

Cervecera Santiago Ltda., hoy CCU Chile Ltda., ECUSA y Viña San Pedro S.A. son las filiales de CCU directamente encargadas de estas actividades en el país. En Argentina estas operaciones son desarrolladas por CCU Argentina S.A. y sus filiales.

FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE CAJAS Y BOTELLAS PLASTICAS

Fábrica de Envases Plásticos S.A. (PLASCO) produce prácticamente el total de botellas plásticas retornables y no retornables, así como de cajas plásticas, utilizadas por CCU y ECUSA.

IMPORTACION, VENTA Y DISTRIBUCION DE CERVEZAS IMPORTADAS

En Chile, el portafolio de cervezas importadas por CCU está compuesto por una amplia variedad de productos reconocidos mundialmente, tales como Budweiser de Anheuser-Busch, la cerveza más vendida en el mundo, distribuida desde 1996 en todo Chile; que se sumó a Paulaner Oktoberfest, Paulaner Pils y Paulaner Hefe Weissbier. En Argentina se importa cerveza Guinness desde Irlanda y en Croacia cervezas Paulaner. Cabe destacar que en Chile hasta mediados de 1997 se importaba la afamada cerveza negra Guinness, la cual desde entonces es producida y comercializada directamente por CCU Chile.

ABASTECIMIENTO DE MALTA

En Chile y Argentina, CCU realiza la contratación de cebada con agricultores y traders internacionales. Luego, ésta es transformada en malta en instalaciones de terceros a través de contratos de maquila. Adicionalmente, se realizan compras locales e importaciones de malta de proveedores de primera línea.

CONTRATOS

Anualmente CCU celebra contratos de compraventa de malta y de cebada, tanto en el mercado local como internacional, para satisfacer sus requerimientos de una de las principales materias primas en la elaboración de cervezas. También efectúa contratos de malteo de cebada de mediano plazo con proveedores nacionales.

Asimismo, CCU tiene contratos de licencia y/o de suministro para las bebidas Orange Crush, Canada Dry, Bilz, los néctares Watt's y las cervezas premium Paulaner y Guinness, otorgándole a la Compañía exclusividad para embotellar y comercializar estos productos en el país.

Por su parte, en Chile la Compañía cuenta con un contrato de distribución de la cerveza importada Budweiser, y en Argentina, CCU tiene bajo licencia exclusiva la producción y comercialización de Budweiser.

MERCADOS

De acuerdo a su política de expansión y diversificación de mercados, CCU ha consolidado su presencia en los países donde realiza operaciones productivas y comerciales.

En todos estos mercados, la política global de la Compañía consiste en trabajar para optimizar la calidad de sus productos y procesos de elaboración, junto con aplicar una atención directa y personalizada con sus clientes, principalmente a través de personal local.

La comercialización de sus productos está dirigida mayoritariamente al comercio minorista, integrado por supermercados, restaurantes, botillerías, fuentes de soda y otros. De esta forma, CCU atiende personalmente y a través de sus filiales a alrededor de 91.000 clientes en Chile y aproximadamente 18.500 en Argentina.

POLITICAS DE INVERSION Y DESARROLLO

Las inversiones que realiza la Compañía están orientadas tanto a la reposición normal de activos operacionales, modernizaciones y nuevas instalaciones para ampliar y mejorar la capacidad productiva, como a la adquisición -con fines de crecimiento- de participaciones en empresas relacionadas a sus actividades en Chile y el exterior.

POLITICAS DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento de las inversiones proviene del flujo operacional generado por la Compañía, de la colocación de acciones, bonos e instrumentos similares, y de la contratación de nuevos créditos, velando por alternativas que minimicen los costos de financiamiento y manteniendo un nivel de endeudamiento compatible con la generación de sus flujos de caja operacionales.

FACTORES DE RIESGO

Los principales factores de riesgo inherentes a esta actividad son los propios de los mercados en donde opera, tanto en Chile como en el exterior, reflejándose en los precios y volúmenes de venta de los productos elaborados y comercializados por la Compañía y sus filiales. Los principales factores de riesgo incluyen, entre otros, el éxito de CCU en la ejecución de su programa de inversiones, la naturaleza y el grado de competencia futura en las principales áreas de comercialización de la Compañía y los acontecimientos políticos y económicos en Chile, Argentina, Croacia y otros países en que CCU actualmente realiza negocios o puede hacerlo en el futuro.

En términos financieros, la Compañía cuenta con una rentabilidad positiva y se encuentra con un nivel de solvencia adecuado, calificado como A- por Duff & Phelps Credit Rating desde diciembre de 1997 y BBB+ por Standard & Poors desde junio de 1996.

SEGUROS

CCU y sus filiales mantienen contratos anuales para todos sus bienes en compañías aseguradoras de primera clase, asegurando sus edificios, maquinarias, vehículos, materias primas, productos en procesos y terminados, entre otros. Las pólizas cubren daños por incendios, terremotos y otros factores de la naturaleza, el hombre y demás.

MARCAS Y PATENTES

En Chile y el extranjero, CCU y sus filiales son titulares de diversas marcas registradas, bajo las cuales comercializan sus productos. En el mercado nacional, su portafolio de marcas en el rubro de cervezas está integrado, entre otras, por Cristal, Escudo, Royal Guard, Royal Light, Morenita y Dorada. En Argentina, cuenta con Schneider, Salta, Santa Fe, Córdoba y Rosario; y en otros países, con diversas marcas, como por ejemplo Aysén.

Dentro del segmento de gaseosas, CCU opera actualmente con las marcas Bilz, Pap y Kem. En aguas minerales en Chile, la Compañía posee las marcas Cachantun y Porvenir; mientras, en Argentina, cuenta con el agua mineral Palau.

También la Compañía reúne importantes licencias para su uso en Chile de marcas internacionales registradas, de propiedad de terceros, como Paulaner, Guinness y Budweiser en cervezas, junto a Orange Crush, Canada Dry, Pepsi, Seven Up en gaseosas y Watt's en néctares.

ACCIONISTAS MAYORITARIOS Y DIVIDENDOS

Al 31 de diciembre de 1999, el total de acciones suscritas y pagadas al cierre del ejercicio asciende a 318.502.872

LOS ACCIONISTAS CON MAS DE 10% DEL CAPITAL CON DERECHO A VOTO SON:

	Nº de Acciones	Porcentaje
Inversiones y Rentas S.A.	196.137.960	61,58
Morgan Guaranty Trust Co. of New York (Circular 1375)	60.929.475	19,13

LOS 12 MAYORES ACCIONISTAS AL 31 DE DICIEMBRE DE 1999 SON:

	Nº de Acciones	Porcentaje
Inversiones y Rentas S.A.	196.137.960	61,58
Morgan Guaranty Trust Co. of New York	60.929.475	19,13
Compañía de Petróleos de Chile S.A.	23.887.716	7,50
AFP Provida S.A.	7.005.007	2,20
AFP Habitat S.A.	4.189.219	1,32
AFP Santa María S.A.	2.934.040	0,92
AFP Summa Bansander S.A.	2.586.819	0,81
The Chile Fund Inc.	2.309.528	0,73
AFP Cuprum S.A.	2.129.906	0,67
The Five Arrows Chile Investment	1.988.432	0,62
Industrias Combinadas Gaio Peirano	700.686	0,22
AFP Planvital S.A.	675.861	0,21

DURANTE EL EJERCICIO DE 1999 SE REGISTRARON LAS SIGUIENTES
TRANSACCIONES POR ACCIONISTAS MAYORITARIOS:

	Compras	Ventas
Morgan Guaranty Trust Co. of New York	12.253.465	1.850.700
AFP Provida S.A.	4.970.125	2.891.813
AFP Habitat S.A.	2.163	179.692
AFP Santa María S.A.	653.475	724.939
AFP Summa Bansander S.A.	690.824	1.156.247
The Chile Fund Inc.	121.224	0
AFP Cuprum S.A.	495.522	2.441.087
The Five Arrows Chile Investment	118.308	629.251

Durante 1999, no hubo transacciones por parte de ejecutivos de la Compañía.

POLITICA DE DIVIDENDOS:

En la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 26 de abril de 1999, el Directorio dio cuenta a la asamblea de su acuerdo de mantener la política de dividendos vigente, esto es, repartir el 50% de la utilidad líquida del ejercicio.

La utilidad líquida del ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 1999 ascendió a M\$41.181.681. Por consiguiente, el reparto del dividendo provisorio N° 214 equivalió a 20,11% de dicha utilidad.

DIVIDENDOS (Valores Históricos)

Fecha	Tipo/N°	Monto	Por Acción	Utilidad Año
10 de enero de 2000	Provisorio n° 214	M\$8.281.075	\$26,0000	1999
12 de mayo de 1999	Definitivo n° 213	M\$9.751.988	\$30,6182	1998
18 de enero de 1999	Provisorio n° 212	M\$10.045.731	\$32,0000	1998
8 de mayo de 1998	Definitivo n° 211	M\$9.059.182	\$29,1452	1997
12 de enero de 1998	Provisorio n° 210	M\$9.635.701	\$31,0000	1997
12 de mayo de 1997	Definitivo n° 209	M\$5.816.083	\$18,7601	1996
27 de enero de 1997	Provisorio n° 208	M\$3.270.760	\$10,5500	1996
8 de mayo de 1996	Definitivo n° 207	M\$5.065.213	\$19,3777	1995
5 de enero de 1996	Provisorio n° 206	M\$4.966.494	\$19,0000	1995
8 de mayo de 1995	Definitivo n° 205	M\$6.472.231	\$24,7604	1994
4 de enero de 1995	Provisorio n° 204	M\$6.012.072	\$23,0000	1994
9 de mayo de 1994	Definitivo n° 203	M\$6.081.840	\$23,2669	1993

HECHOS RELEVANTES Y REMUNERACION DEL DIRECTORIO

HECHOS RELEVANTES

Durante el ejercicio 1999 y en los meses de enero y febrero del año 2000 se informó a la Superintendencia de Valores y Seguros y a las Bolsas de Valores, lo siguiente:

EN CARACTER DE HECHO ESENCIAL:

- Con fecha 29 de julio, que la sociedad filial CCU Cayman Ltd. había adquirido la totalidad de los derechos sociales de una sociedad constituida en Islas Cayman y cuya razón social era «South Investments Limited»
- Con fecha 29 de noviembre, y en el carácter de complementario del hecho esencial comunicado el 14 de diciembre de 1995, el aumento de capital efectuado en CCU Argentina S.A., con lo cual la participación en esa sociedad de Compañía Cervecerías Unidas S.A. quedó representada en 89,22% del capital accionario y la de Anheuser Busch Investments S.L. en el 10,78% restante.
- Con fecha 29 de noviembre, el acuerdo del Directorio de iniciar negociaciones para comprar el 45% del capital accionario de la filial Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA) que poseían en conjunto las sociedades Buenos Aires Embotelladora S.A. (BAESA) e Inversiones Punch Limitada (PUNCH); y la concreción de dichas negociaciones, mediante la suscripción de sendos contratos de compraventa de acciones en un precio total de US\$ 69.497.000, el que se pagó con US\$ 25.756.994,35 que se adeudaba por BAESA a Comercial CCU Santiago S.A. y a Cervecera Santiago Limitada, y el saldo restante de US\$ 43.740.005,65 a BAESA y PUNCH en las proporciones respectivas.
- Con fecha 24 de diciembre, se da cuenta de la recepción vía fax en nuestra filial ECUSA de dos cartas mediante las cuales las empresas Canada Dry Corporation Ltd. y CS Beverages Ltd. le comunican que ponen término, con un aviso previo de 60 días de anticipación, esto es al 22 de febrero de 2000, a los respectivos contratos celebrados con ECUSA para producir y comercializar las bebidas marca «Crush» y «Canada Dry». Asimismo, se señala que la causa esgrimida para tal término fue rechazada en forma categórica por el Directorio, por tratarse de un incumplimiento contractual, flagrante y voluntario, dejándose constancia que se impugnaría en todas las instancias legales que fueren pertinentes.
- Con fecha 29 de diciembre, se adiciona el hecho esencial precedente, señalándose que para ECUSA la comercialización de las bebidas «Crush» y «Canada Dry» reporta anualmente ventas por alrededor de US\$ 40 millones, suma que equivale aproximadamente a 24% de sus ingresos anuales, y a 6,8% de los de CCU.

- Con fecha 11 de enero de 2000, se adjunta copia de la carta enviada por nuestra filial ECUSA a la Superintendencia de Valores y Seguros y en la que se informa que ha recibido sendas cartas de las sociedades Canada Dry Corporation Ltd. y CS Beverages Ltd., ambas filiales de The Coca Cola Company, quienes unilateralmente deciden postergar la fecha de terminación de los contratos que las ligan con ECUSA «hasta que el tribunal competente determine que la terminación del mismo es procedente».
- Con fecha 14 de enero de 2000, se adjunta copia de la carta enviada por nuestra filial ECUSA a la Superintendencia de Valores y Seguros y en la que informa la notificación de la Resolución N° 558 de la Comisión Resolutiva, en virtud de la cual dicha Comisión se avoca de oficio al conocimiento de las denuncias formuladas por ECUSA y la sociedad Pepsi Cola Argentina S.A.C.I en contra de las sociedades Canada Dry Corporation Ltd., CS Beverages Ltd. y The Coca-Cola Company, ante el acuerdo alcanzado entre esta última y Cadbury Schweppes plc. Además se da cuenta que la Comisión Resolutiva decretó como medida precautoria la suspensión de las cláusulas 11.1 de los Contratos de Licencia, referidas a las políticas de marketing y presupuesto, y las demás cláusulas relacionadas con ella, por el término de 180 días.

EN CARACTER DE HECHO RELEVANTE:

- Con fecha 6 de abril, el acuerdo del Directorio de proponer a la Junta General Ordinaria de Accionistas a celebrarse el 26 de abril de 1999, la aprobación del reparto del dividendo definitivo N° 213, de \$30,61821 por acción, ascendente en total a M\$9.611.946
- Con fecha 7 de diciembre, el acuerdo del Directorio de repartir, con cargo a las utilidades del ejercicio 1999, el dividendo provisorio N° 214, de \$26 por acción, ascendiendo el monto total a repartir a la suma de M\$8.281.075. Se señala que el pago de este dividendo se hará a contar del día 10 de enero de 2000 y que tendrán derecho a él todos los accionistas inscritos en el registro al día 4 de enero de 2000.

OTROS ANTECEDENTES:

- Con fecha 5 de enero, y dentro del proceso de reestructuración de filiales, se informa la fusión por incorporación de «Comercial CCU Norte Sur Limitada» en «Cervecera Santiago Limitada». Lo que significó que a contar del día 1 de enero de 1999 Comercial CCU Norte Sur Ltda. se disolvió, pasando Cervecera Santiago Ltda. a ser su continuadora y sucesora legal para todo efecto.

Asimismo, con fecha 5 de enero se informa que Compañía Cervecerías Unidas S.A. adquirió un 10% de los derechos sociales en «Agrícola Victoria Limitada», con lo cual y también con vigencia al día 1 de enero de 1999, CCU pasó a ser dueña de la totalidad de los derechos en dicha sociedad, lo que significó la disolución anticipada de Agrícola Victoria Ltda. al reunirse en una sola mano la totalidad de derechos, pasando la Compañía a ser su sucesora y continuadora legal para todos los efectos.

Con fecha 13 de enero, que la filial «CCU Cayman Ltd.» había constituido en Islas Cayman una sociedad filial denominada «Saint Joseph Investments Limited», ello dentro del proyecto de inversiones de la Compañía en el extranjero.

Con fecha 24 de marzo, se informa que la Bolsa de Nueva York «New York Stock Exchange» «NYSE» ha aprobado bajo la sigla «CU» la inscripción o registro de las acciones de CCU que se transan en el mercado accionario de Estados Unidos bajo el mecanismo de American Depositary Receipts (ADRs), y que la transacción de las mismas se iniciará el día 26 de marzo. A la vez se dio cuenta que se había cancelado la inscripción que se tenía en la bolsa NASDAQ.

Con fecha 27 de abril, se informa el Directorio elegido por un período de tres años en la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el día 26 de abril de 1999. Asimismo, y entre otros acuerdos adoptados en la Junta antes indicada, se informó que se había determinado que la publicación de los avisos de citación a Junta se efectúe en el diario El Mercurio de Valparaíso. Adicionalmente, se acordó fijar el monto total del dividendo definitivo N° 213 en M\$9.751.988.

Con fecha 3 de mayo, se envía el estado de emisión de acciones de pago del aumento de capital inscrito en el Registro de Valores bajo el N°444, el día 12 de diciembre de 1996, dándose cuenta que en el mes de abril se había suscrito y pagado el remanente de la emisión de acciones aludida, con lo cual el total de acciones en circulación asciende a 318.502.872.

Con fecha 14 de septiembre, y en relación con el problema del año 2000, se comunica que la Compañía y sus filiales han revisado, actualizado, probado y certificado todos los sistemas de hardware, redes y equipos computacionales, a fin de verificar que son plenamente compatibles con la llegada del año 2000, problemática que la Compañía había abordado dentro del proyecto de renovación de sus sistemas de informaciones, procesos y procedimientos internos iniciado el año 1998.

Con fecha 4 de octubre, y dentro del acuerdo de reestructurar las inversiones efectuadas en el extranjero, el aumento de capital efectuado en la filial Agua Mineral Porvenir S.A.I. mediante la emisión de acciones de pago. Aumento que CCU ha enterado mediante el aporte de las acciones y derechos que poseía en sus sociedades en el exterior: CCU Argentina S.A. y CCU Cayman Limited.

Con fecha 15 de octubre, se informa que a contar del día 13 de octubre la filial CCU Argentina S.A. ha asumido directamente la venta y distribución, en la Provincia de Buenos Aires y Capital Federal, de los productos elaborados por su filial Compañía Industrial Cervecera S.A. Lo anterior, luego de haberse concluido de común acuerdo el contrato de distribución que CCU Argentina S.A. tenía con Buenos Aires Embotelladora S.A.

- Con fecha 24 de enero de 2000, se informa que a contar de los estados de resultados financieros del ejercicio terminado al 31 de diciembre de 1999, la Compañía y su filial ECUSA aplicarán una metodología contable distinta para valorizar las garantías de envases recibidas, la que consiste en determinar tales garantías al valor vigente y a base de los envases susceptibles de ser devueltos, vale decir de la devolución esperada, habiéndose establecido esta última mediante un inventario físico en clientes, una estimación de los envases en los hogares, y considerándose también antecedentes históricos de la Compañía y estudios técnicos al respecto. Se señala que lo anterior significa que la Compañía en conjunto con su filial ECUSA generan una disminución de las garantías al 31 de diciembre de 1999, lo que a su vez implica un abono al resultado no operacional por un monto ascendente a M\$4.928.803, neto de impuestos diferidos.
- Con fecha 24 de enero de 2000, se informa que a contar del día 1 de enero de 2000, la filial «Cervecería Santiago Limitada» cambió su razón social por la de «Cervecería CCU Chile Limitada», pudiendo usar como nombres de fantasía las formas abreviadas de «Cervecería CCU Chile Ltda.», «CCU Chile Ltda.» y «CCU Chile». Asimismo, se da cuenta que a contar del 1 de enero de 2000, dicha filial que operaba la planta cervecera de Santiago, pasó a operar, mediante sendos contratos de arrendamiento, la nueva planta de Temuco que se encuentra en proceso de puesta en marcha, y las plantas de Osorno y Antofagasta, plantas estas dos últimas que hasta el 31 de diciembre de 1999 eran operadas directamente por la Compañía.
- Con fecha 23 de febrero de 2000, se da cuenta del nombramiento de don Guillermo Luksic Craig, Presidente del Directorio de CCU, como director de la sociedad Unión de Cervecerías Peruanas Backus & Johnston S.A.A., sociedad esta última en la que son accionistas nuestras filiales South Investments Limited y Saint Joseph Investments Limited.

REMUNERACION DEL DIRECTORIO

Conforme a lo acordado en la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad, la remuneración de sus Directores consiste en una dieta mensual fija de UF 100 por Director y el doble para el Presidente, cualquiera que sea el número de sesiones que se efectúe en el mes, más UF 17 para cada Director por cada reunión del Comité de Directorio a que efectivamente asista, y una participación para el Directorio equivalente a 5% de los dividendos que se distribuyeren.

De acuerdo a lo anterior, los Directores recibieron durante el año 1999 por dieta y participación, respectivamente, las siguientes remuneraciones:

Sr. Guillermo Luksic Craig M\$39.147 y M\$111.808 (M\$38.340 y M\$110.207 en 1998), Sr. Thomas Fürst Freiwirth M\$23.154 y M\$111.808 (M\$22.365 y M\$110.207 en 1998), Sr. Andrónico Luksic Craig M\$18.040 y M\$111.808 (M\$18.022 y M\$110.207 en 1998), Sr. Johannes Bauer Spiegel M\$18.040 y M\$111.808 (M\$18.022 y M\$110.207 en 1998), Sr. Felipe Lamarca Claro M\$18.040 y M\$111.808 (M\$18.022 y M\$110.207 en 1998), Sr. Manuel José Noguera Eyzaguirre M\$18.040 y M\$111.808 (M\$18.022 y M\$110.207 en 1998), Sr. Peter Hellich Sandler M\$18.040 y M\$111.808

(M\$18.022 y M\$110.207 en 1998), Sr. Francisco Pérez Mackenna M\$22.642 y M\$55.904 (M\$10.791 y M\$0 en 1998), Srta. Rosita Covarrubias Gatica M\$12.027 y M\$0 (M\$0 y M\$0 en 1998), Sra. Laura Novoa Vásquez M\$6.013 y M\$111.808 (M\$18.022 y M\$110.207 en 1998), Sr. Luis Felipe Lehuedé Fuenzalida M\$0 y M\$55.904 (M\$9.016 y M\$101.023 en 1998) y el Sr. Fernando Silva Lavín M\$0 y M\$0 (M\$9.184 y M\$0 en 1998).

Además, los Directores que a continuación se nombran, en el desempeño de funciones encomendadas por la Compañía, irrogaron durante 1999 los siguientes gastos: Sr. Guillermo Luksic Craig M\$534 (M\$26.706 en 1998), Sr. Thomas Fürst Freiwirth M\$11.548 (M\$8.578 en 1998), Sr. Johannes Bauer Spiegel M\$17.570 (M\$17.329 en 1998), Sr. Peter Hellich Sandler M\$9.663 (M\$12.953 en 1998) y el Sr. Francisco Pérez Mackenna M\$209 (M\$0 en 1998).

Asimismo los Directores y administradores de la sociedad matriz que se indican, recibieron durante el año 1999 las remuneraciones brutas, por concepto de dietas, que se señalan a continuación, por el desempeño de sus cargos de Directores en las empresas filiales que se individualizan:

En la filial CCU Argentina S.A., Sr. Guillermo Luksic Craig M\$12.298 (M\$11.245 en 1998), Sr. Thomas Fürst Freiwirth M\$19.719 (M\$18.031 en 1998), Sr. Peter Hellich Sandler M\$10.177 (M\$9.306 en 1998), Sr. Johannes Bauer Spiegel M\$11.237 (M\$10.275 en 1998), Sr. Francisco Pérez Mackenna M\$19.719 (M\$18.031 en 1998) y el Sr. Patricio Jottar Nasrallah M\$19.719 (M\$ 7.983 en 1998).

En la filial Compañía Industrial Cervecera S.A., Sr. Guillermo Luksic Craig M\$636 (M\$582 en 1998), Sr. Thomas Fürst Freiwirth M\$636 (M\$582 en 1998), Sr. Peter Hellich Sandler M\$636 (M\$582 en 1998), Sr. Johannes Bauer Spiegel M\$636 (M\$582 en 1998), Sr. Francisco Pérez Mackenna M\$636 (M\$582 en 1998) y el Sr. Patricio Jottar Nasrallah M\$636 (M\$146 en 1998).

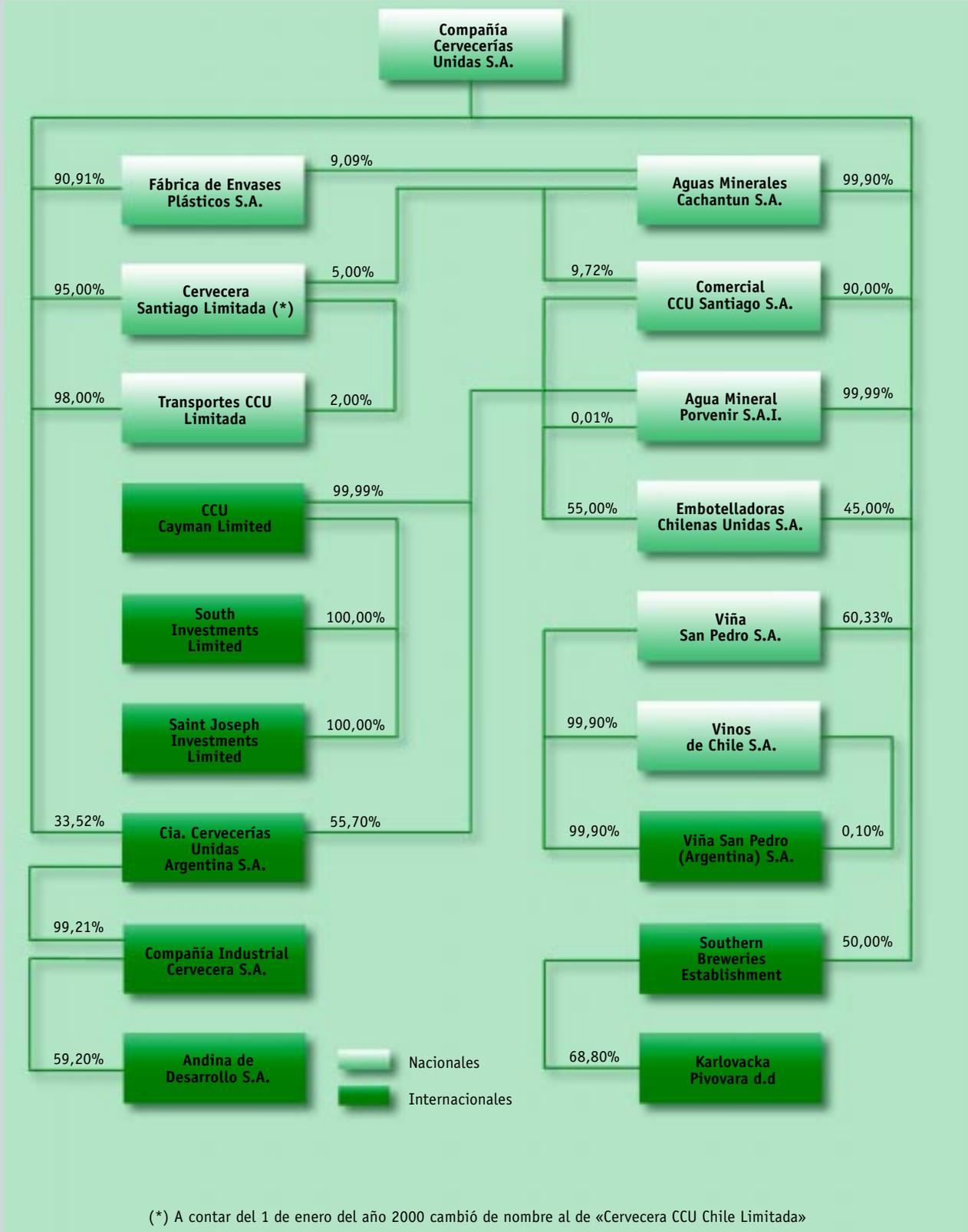
En la filial Embotelladoras Chilenas Unidas S.A., Sr. Guillermo Luksic Craig M\$16.647 (M\$15.685 en 1998), Sr. Thomas Fürst Freiwirth M\$16.647 (M\$15.685 en 1998), Sr. Johannes Bauer Spiegel M\$16.666 (M\$15.709 en 1998) y el Sr. Francisco Pérez Mackenna M\$16.647 (M\$15.685 en 1998).

En la filial Viña San Pedro S.A., Sr. Thomas Fürst Freiwirth M\$9.668 (M\$9.377 en 1998), Sr. Johannes Bauer Spiegel M\$5.463 (M\$5.167 en 1998), Sr. Francisco Pérez Mackenna M\$15.731 (M\$19.960 en 1998), Sr. Patricio Jottar Nasrallah M\$12.278 (M\$602 en 1998) y el Sr. Manuel José Noguera Eyzaguirre M\$0 (M\$231 en 1998).

Esta información está expresada en valores de diciembre de 1999.

ORGANIZACION SOCIETARIA

31 de Diciembre de 1999



FILIALES DE COMPAÑÍA CERVECERIAS UNIDAS S.A.

COMERCIAL CCU SANTIAGO S.A. Y FILIAL									
Razón social	COMERCIAL CCU SANTIAGO S.A. (Comercial CCU Stgo. S.A.)								
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada								
Capital suscrito y pagado	M\$10.226.089								
% participación total	99,71%								
Objeto social	Efectuar inversiones en toda clase de bienes muebles e inmuebles, corporales e incorporales y especialmente en acciones, opciones de compra y venta de acciones, bonos, debentures, efectos de comercio, planes de ahorro, cuotas de fondos mutuos, cuotas o derechos en sociedad y en toda clase de valores mobiliarios; adquirir, enajenar y explotar toda clase de bienes inmuebles; realizar y/o participar, directa o indirectamente en la actividad de transporte aéreo y terrestre de carga y pasajeros; la fabricación, elaboración y comercialización de cervezas, bebidas alcohólicas, aguas minerales y gaseosas, y bebidas en general.								
Directorio	<table border="0"> <tr> <td>Presidente</td> <td>Patricio Jottar Nasrallah</td> </tr> <tr> <td>Vicepresidente</td> <td>Dirk Leisewitz Timmermann</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Polentzi Errazquin Vaillant</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Ricardo Reyes Mercandino</td> </tr> </table>	Presidente	Patricio Jottar Nasrallah	Vicepresidente	Dirk Leisewitz Timmermann		Polentzi Errazquin Vaillant		Ricardo Reyes Mercandino
Presidente	Patricio Jottar Nasrallah								
Vicepresidente	Dirk Leisewitz Timmermann								
	Polentzi Errazquin Vaillant								
	Ricardo Reyes Mercandino								
Gerente	Luis Mariángel Rissetti <i>Todos los directores y el Gerente son gerentes de la matriz.</i>								
Principales contratos entre Comercial CCU Santiago S.A. y la matriz:	Contrato de asesoría y asistencia técnica Contrato de cuenta corriente mercantil								

EMBOTELLADORAS CHILENAS UNIDAS S.A.	
Razón social	EMBOTELLADORAS CHILENAS UNIDAS S.A. (ECUSA)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada (Inscripción S.V.S. Rol 0544)
Capital suscrito y pagado	M\$36.893.203
% participación total	99,84%
Objeto social	La fabricación, envase, compra, venta, distribución, importación y exportación de toda clase de jugos, bebidas analcohólicas, aguas minerales, concentrados, mermeladas, así como toda clase de productos y artículos alimenticios, realizar operaciones por cuenta propia y ajena, y tomar representaciones nacionales y extranjeras.
Directorio	Presidente Guillermo Luksic Craig
	Vicepresidente Thomas Fürst Freiwirth
	Francisco Pérez Mackenna
	Johannes Bauer Spiegel
	Patricio Jottar Nasrallah
	2 cargos vacantes
Gerente General	Francisco Diharasarri Domínguez
	<i>Los directores señores Guillermo Luksic Craig, Thomas Fürst Freiwirth, Francisco Pérez Mackenna y Johannes Bauer Spiegel son directores de la matriz y el director señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.</i>
Principales contratos entre Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y la matriz:	<ul style="list-style-type: none"> Contrato arrendamiento y opción de compra máquinas Contrato asesoría (auditoría interna) Contrato licencia uso software Contrato arrendamiento y subarrendamiento bodegas Contrato servicios de store audit Contrato de distribución Contrato de licencia marcas Bilz, Pap, Kem, Free Contrato de maquila (Planta Antofagasta)
Cambio composición accionaria:	<p>Por escritura pública de fecha 29 de noviembre de 1999, otorgada en la Notaría de Santiago de don Juan Ricardo San Martín Urrejola, Compañía Cervecerías Unidas S.A. adquirió la totalidad de las acciones que las sociedades Buenos Aires Embotelladora S.A. (BAESA) e Inversiones Punch Limitada (PUNCH) poseían en Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA), y cuyo porcentaje de participación en conjunto ascendía a 45% del total de acciones. Como consecuencia de lo anterior, CCU y Comercial CCU Santiago S.A., dueña del 55% restante, quedaron como únicas socias en ECUSA.</p>

CERVECERA SANTIAGO LIMITADA

Razón social	CERVECERA SANTIAGO LIMITADA (Cervecera Santiago Ltda.o Cersa Ltda.)	
Naturaleza jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada	
Capital suscrito y pagado	M\$28.450.823	
% participación total	99,99%	
Objeto social	Elaboración, compra, venta, importación y exportación de todo tipo de bebidas analcohólicas, cervezas, vinos, aguas minerales, néctares, jugos concentrados, artículos de plástico y sus derivados, materias primas, productos elaborados, partes, piezas, envases de todo tipo, y otros bienes corporales muebles que digan relación con la industria de las bebidas en general y del plástico; el transporte, distribución y comercialización de esos productos o bienes, ya sea en el mismo estado o transformados; la realización de publicidad y propaganda comercial, por cuenta propia o ajena, por sí o a través de terceros, de los productos referidos precedentemente; el estudio y ejecución de todo tipo de obras y proyectos de ingeniería y construcción, por cuenta propia o ajena, incluyendo la realización de loteos, subdivisiones y obras de urbanización en general; la compra, venta, arrendamiento, y en general la adquisición y enajenación de bienes raíces y la realización de toda clase de negocios inmobiliarios; la compra, venta, arrendamiento, y en general la adquisición y enajenación de bienes muebles, tanto corporales como incorporeales, incluyendo acciones, bonos, debentures y otros valores mobiliarios, instrumentos financieros y efectos de comercio en general, como asimismo de marcas comerciales y demás privilegios y/o derechos de propiedad industrial; la celebración de cualquier otro acto o contrato concerniente a las actividades industriales y de negocios antes enunciadas, así como cualquier otro negocio similar o análogo, y todas las operaciones accesorias que fueren necesarias, conducentes o convenientes para la complementación del objeto social arriba expresado; y la realización de cualquier otro negocio civil o de comercio permisible que acuerden las socias.	
Directorio	Presidente	Patricio Jottar Nasrallah Dirk Leisewitz Timmermann Polentzi Errazquin Vaillant Rainer von Malapert Brunst Jorge Aninat Solar
Gerente	Polentzi Errazquin Vaillant	<i>Todos los directores y el Gerente son gerentes de la matriz.</i>
Principales contratos entre Cervecera Santiago Limitada y la matriz:	Contrato de arrendamiento marcas comerciales Contrato de publicidad Contrato de asesoría y asistencia técnica Contrato de arrendamiento de envases Contrato de arrendamiento planta industrial Contrato de arrendamiento depósitos Contrato de suministro de cerveza concentrada Contrato de distribución y bodegaje Contrato de cuenta corriente mercantil	
Cambio de nombre o razón social:	A contar del día 1 de enero del año 2000, Cervecera Santiago Limitada reemplazó su nombre por el de Cervecera CCU Chile Limitada, pudiendo usar como nombre de fantasía el de Cervecera CCU Chile Ltda., CCU Chile Ltda. o simplemente CCU Chile; amplió su objeto social y se fijó un texto refundido de sus estatutos, según consta de la escritura pública de fecha 7 de diciembre de 1999, otorgada en la Notaría de Santiago de don Juan Ricardo San Martín Urrejola, bajo el n° 13.696 de su repertorio, cuyo extracto se inscribió a fojas 31.540 n° 25.132 en el Registro de Comercio a cargo del Conservador de Bienes Raíces y Comercio de Santiago del año 1999, y se publicó en el Diario Oficial de 21 de diciembre de ese mismo año.	

FABRICA DE ENVASES PLASTICOS S.A.	
Razón social	FABRICA DE ENVASES PLASTICOS SOCIEDAD ANONIMA (PLASCO S.A.)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$6.141.052
% participación total	99,99%
Objeto social	Fabricación, elaboración, producción, importación, compra, exportación, venta, distribución y comercialización de todo tipo de productos de plástico y sus derivados, materias primas, artículos, mercaderías, productos, implementos, partes, piezas, envases, y otros bienes corporales muebles que digan relación con la industria del plástico; la distribución, comercialización, exportación, venta, y en general la enajenación de esos bienes, ya sea en el mismo estado o transformados; la realización de toda clase de actividades y la celebración de cualquier otro acto o contrato concerniente a la industria del plástico, y toda otra especie de insumos y elementos relacionados con los fines antedichos, así como cualquier otro negocio similar, análogo, y todas las demás operaciones accesorias que fueren necesarias, conducentes o convenientes para la complementación del objeto social arriba expresado.
Directorio	Presidente Patricio Jottar Nasrallah Vicepresidente Dirk Leisewitz Timmermann Polentzi Errazquin Vaillant
Gerente	Santiago Toro Ugarte <i>Todos los directores son gerentes de la matriz.</i>
Principales contratos entre	Fábrica de Envases Plásticos S.A. y la matriz:
	Contrato de asesoría y asistencia técnica Contrato de arrendamiento planta industrial Contrato de arrendamiento de grúas horquilla Contrato de arrendamiento y opción de compra activos Contrato de cuenta corriente mercantil

TRANSPORTES CCU LIMITADA	
Razón social	TRANSPORTES CCU LIMITADA (Transportes CCU Ltda.)
Naturaleza jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada
Capital suscrito y pagado	M\$26.998
% participación total	99,99%
Objeto social	Prestar servicios de transporte de carga; de mantención, reparación, arriendo y subarriendo de toda clase de vehículos; de importación, distribución, compra y venta de partes, piezas y repuestos de los mismos y de accesorios e insumos para ellos; y asesorías en materia de tráfico y transporte en general.
Directorio	Presidente Patricio Jottar Nasrallah Dirk Leisewitz Timmermann Polentzi Errazquin Vaillant Gabriel Valls Saintis Rainer von Malapert Brunst
Gerente	Ricardo Bartel Jeffery <i>Todos los directores y el Gerente son gerentes de la matriz.</i>
Principales contratos entre	Transportes CCU Limitada y la matriz:
	Contrato de asesoría y asistencia técnica Contrato de transporte Contrato de arrendamiento de camiones Contrato de arrendamiento y subarrendamiento bodegas Contrato de cuenta corriente mercantil

AGUAS MINERALES CACHANTUN S.A.	
Razón social	AGUAS MINERALES CACHANTUN S.A. (Cachantun o Cachantun S.A.)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$2.194.312
% participación total	99,90%
Objeto social	La explotación de la fuente de agua mineral denominada Cachantun, ubicada en la comuna de Coinco, en la Sexta Región, y otras fuentes de agua mineral; la fabricación, distribución y comercialización de toda clase de productos naturales, bebidas analcohólicas y demás productos similares, como asimismo, de vinos, cervezas, productos lácteos y alimentos de cualquier origen, y de los insumos industriales tales como tapas tipo corona, envases de plástico y/o vidrio, cajas plásticas y etiquetas; y la realización de inversiones en toda clase de bienes muebles e inmuebles, corporales o incorporeales, tales como acciones, bonos, debentures, efectos de comercio, valores mobiliarios, y la venta y comercialización de los mismos.
Directorio	Presidente Dirk Leisewitz Timmermann
	Vicepresidente Ricardo Reyes Mercandino
	Polentzi Errazquin Vaillant
Gerente	Luis Mariángel Rissetti <i>Todos los directores y el Gerente son gerentes de la matriz.</i>
Principales contratos entre	Agua Minerales Cachantun S.A. y la matriz:
	Contrato usufructo fuente y licencia de uso de marcas aportados a ECUSA Contrato cuenta corriente mercantil

AGUA MINERAL PORVENIR S.A.I. Y FILIALES	
Razón social	AGUA MINERAL PORVENIR SOCIEDAD ANONIMA INDUSTRIAL (Agua Mineral Porvenir S.A.I. o Porvenir S.A.I.)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$62.880.120
% participación total	99,99%
Objeto social	La explotación de agua mineral, como asimismo la venta y distribución de dicho producto; la elaboración, comercialización, exportación, importación y distribución de bebidas alcohólicas y analcohólicas en general, sea por cuenta propia o como representante de otras empresas; la realización de cualesquiera otras actividades comerciales o industriales relacionadas directamente con los objetivos indicados en los números precedentes o complementarios de éstos.
Directorio	Presidente Dirk Leisewitz Timmermann
	Ricardo Reyes Mercandino
	Polentzi Errazquin Vaillant
Gerente	Luis Mariángel Rissetti <i>Todos los directores y el Gerente son gerentes de la matriz.</i>
Principales contratos entre	Agua Mineral Porvenir S.A.I. y la matriz:
	Contrato usufructo fuente y licencia de uso de marcas aportados a ECUSA Contrato cuenta corriente mercantil

COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A. Y FILIALES (Filial de Agua Mineral Porvenir S.A.I.)			
Razón social	COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A. (CCU Argentina)		
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada argentina		
Capital suscrito y pagado	M\$102.192.348		
% participación directa	89,22%		
Objeto social	La Sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, las siguientes actividades: el aporte y la inversión de capitales en empresas o sociedades constituidas o por constituirse, la participación - en dinero o en especie - en otras sociedades por acciones, y la adquisición, enajenación o transferencia de títulos, acciones, debentures, facturas, remitos y valores mobiliarios en general, nacionales o extranjeros, títulos, bonos y papeles de crédito de cualquier tipo o modalidad, creados o por crearse; toma y otorgamiento de toda clase de créditos, con o sin garantía real, emisión de debentures, obligaciones negociables, papeles de comercio y bonos, otorgamiento de avales y garantías, todo ello, con exclusión de las actividades comprendidas en la ley de entidades financieras o que requieran el concurso del público. A tal fin, la Sociedad tiene plena capacidad jurídica para adquirir derechos, contraer obligaciones y ejercer los actos que no sean prohibidos por las leyes y su estatuto.		
Directorio	Titulares	Suplentes	
	Presidente	Guillermo Luksic Craig	Juan Javier Negri
	Vicepresidente	Thomas Fürst Freiwirth	Federico Busso
		Francisco Pérez Mackenna	Luis Miguel Incera
	Johannes Bauer Spiegel	Carlos María Fariña	
	Patricio Jottar Nasrallah	Gonzalo Manuel Soto	
	Peter Hellich Sandler		
Gerente General	Fernando Sanchís Sacchi		
	<i>Los directores señores Guillermo Luksic Craig, Thomas Fürst Freiwirth, Francisco Pérez Mackenna, Johannes Bauer Spiegel y Peter Hellich Sandler son directores de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y el director señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.</i>		
Principales contratos entre	Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y CCU:		
	Contrato cuenta corriente mercantil		

COMPAÑÍA INDUSTRIAL CERVECERA S.A. (Filial de CCU Argentina S.A.)			
Razón social	COMPAÑÍA INDUSTRIAL CERVECERA S.A.		
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima abierta argentina		
Capital suscrito y pagado	M\$66.568.811		
% participación	88,51%		
Objeto social	La Sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia o de terceros, en sociedad o asociada con terceros, las siguientes actividades: a) Industriales: la elaboración, fraccionamiento y comercialización de cerveza y malta, de sus productos derivados, anexos y afines, y de bebidas gaseosas y aguas minerales; la conservación de alimentos y elaboración de subproductos. b) Comerciales: compra y venta de bienes muebles y propiedad industrial correspondiente a los rubros cerveza, malta, agua mineral, sus derivados y elaboraciones. c) Agropecuarias: explotación de establecimientos agrícola-ganaderos, frutícolas, cultivos forestales y granjas.		
Directorio	Titulares	Suplentes	
	Presidente	Carlos López Sanabria	Juan Javier Negri
	Vicepresidente	Guillermo Luksic Craig	Federico Busso
		Thomas Fürst Freiwirth	Carlos Alberto de Kemmeter
	Johannes Bauer Spiegel		
	Francisco Pérez Mackenna		
Peter Hellich Sandler			
	Patricio Jottar Nasrallah		
	<i>Los directores señores Guillermo Luksic Craig, Thomas Fürst Freiwirth, Francisco Pérez Mackenna, Johannes Bauer Spiegel y Peter Hellich Sandler son directores de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y el director señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.</i>		

ANDINA DE DESARROLLO S.A. (Filial de Compañía Industrial Cervecera S.A.)			
Razón social	ANDINA DE DESARROLLO S.A.		
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada argentina		
Capital suscrito y pagado	M\$32.260		
% participación total	52,40%		
Objeto social	Agrícola		
Directorio		Titulares	Suplentes
	Presidente	Ricardo Olivares Díaz	Daniel Alurralde
	Vicepresidente	Luis D. Patrón Uriburu	
		Eudoro Díaz de Vivar	

SOUTHERN BREWERIES ESTABLISHMENT Y FILIAL	
Razón social	SOUTHERN BREWERIES ESTABLISHMENT
Naturaleza jurídica	Establishment (Liechtenstein)
Capital suscrito y pagado	M\$8.428
% participación	50,00%
Objeto social	La sociedad tiene por objeto la inversión y administración de los activos de la Sociedad y sólo dentro de este ámbito especialmente la adquisición, administración y disposición de los bienes raíces, valores negociables, participaciones y derechos, así como la conducción de todos los negocios relacionados con este objeto. No se dedica al comercio en un sentido estrictamente mercantil.
Directorio	Vladimir Radic Piraino
	Guillermo Luksic Craig
	Thomas Fürst Freiwirth
	Ramón Jara Araya
	<i>Los directores señores Guillermo Luksic Craig y Thomas Fürst Freiwirth son directores de la Matriz.</i>

KARLOVACKA PIVOVARA d.d. (Filial de Southern Breweries Establishment)	
Razón social	KARLOVACKA PIVOVARA d.d.
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima croata
Capital suscrito y pagado	M\$14.191.676
% participación	34,40%
Objeto social	Producción y elaboración de bebidas y alimentos, negocios financieros, servicios de transporte, mantención y comercio exterior.
Consejo de Supervisión	Presidente
	Zoran Posinovec
	Peter Hellich Sandler
	Francisco Pérez Mackenna
Directorio	Presidente
	Dirk Leisewitz Timmermann
	Vicepresidente
	Ljudevit Mejaski
	Vladimir Maric
	<i>El director señor Dirk Leisewitz Timmermann es gerente de Compañía Cervecerías Unidas S.A.</i>
Principales contratos entre Karlovacka Pivovara d.d. y la matriz:	Contrato de asesoría y asistencia técnica

VIÑA SAN PEDRO S.A. Y FILIALES	
Razón social	VIÑA SAN PEDRO S.A.
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima abierta (Inscripción S.V.S. Rol 393)
Capital suscrito y pagado	M\$38.941.513
% participación total	60,33%
Objeto social	La Sociedad tiene por objeto la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia y ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas; la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de bebidas, sean éstas vinos, licores, cervezas, o de cualquier naturaleza, alcohólicas, analcohólicas y de las materias primas de las mismas, el aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos, derivados de los artículos que anteceden; la prestación de servicios relacionados con los mismos rubros; la representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general.
Directorio	Presidente Patricio Jottar Nasrallah Johannes Bauer Spiegel Thomas Fürst Freiwirth Francisco Pérez Mackenna Fernán Ibañez Alvarellos Jorge Navarrete Martínez Ernesto Edwards Risopatrón
Gerente General	Matías Elton Necochea <i>Los directores señores Johannes Bauer Spiegel, Thomas Fürst Freiwirth y Francisco Pérez Mackenna son directores de la matriz y el director señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.</i>
Principales contratos entre	Viña San Pedro S.A. y la matriz:
	Contrato de venta y distribución Contrato de arrendamiento de máquinas Contrato de asesoría (auditoría interna) Contrato de asesoría Proyecto Siglo XXI Contrato de arrendamiento y opción de compra cajas plásticas Contrato de cuenta corriente mercantil

VINOS DE CHILE S.A. (Filial de Viña San Pedro S.A.)	
Razón social	VINOS DE CHILE S.A.
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$60.269
% participación total	60,21%
Objeto social	La Sociedad tiene por objeto la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas; la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de toda clase de bebidas, sean éstas vinos, licores, cervezas, o de cualquier naturaleza, alcohólicas o analcohólicas de las materias primas de las mismas, el aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos derivados de los artículos que anteceden; la prestación de los servicios relacionados con los mismos rubros; la representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y la comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general.
Directorio	Presidente Patricio Jottar Nasrallah Johannes Bauer Spiegel Thomas Fürst Freiwirth Karl Huber Camalez Matías Elton Necochea Jorge Navarrete Martínez Francisco Pérez Mackenna
Gerente General	Matías Elton Necochea <i>Los directores señores Johannes Bauer Spiegel, Thomas Fürst Freiwirth y Francisco Pérez Mackenna son directores de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y el director señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.</i>

VIÑA SAN PEDRO (ARGENTINA) S.A. (Filial de Viña San Pedro S.A.)					
Razón social	VIÑA SAN PEDRO (ARGENTINA) S.A.				
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada argentina				
Capital suscrito y pagado	M\$1.590				
% participación total	60,32%				
Objeto social	La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas y de toda clase de bebidas, sean estas vinos, licores, cervezas o de cualquier naturaleza, alcohólicas y de las materias primas de las mismas. El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden. La prestación de servicios relacionados con los mismos rubros. La explotación, administración y arriendo, por cuenta propia o ajena, de predios agrícolas, bodegas, viñedos y establecimientos comerciales del rubro vitivinícola. La representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y comercialización de los productos nacionales e importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general.				
Directorio	<table border="0"> <tr> <td>Presidente</td> <td>Suplente</td> </tr> <tr> <td>Juan Javier Negri</td> <td>Fernando Sanchís Sacchi</td> </tr> </table>	Presidente	Suplente	Juan Javier Negri	Fernando Sanchís Sacchi
Presidente	Suplente				
Juan Javier Negri	Fernando Sanchís Sacchi				

CCU CAYMAN LIMITED Y FILIALES (Cayman Islands, B.W.I.) (Filial de Agua Mineral Porvenir S.A.I)			
Razón social	CCU CAYMAN LIMITED		
Naturaleza jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada		
Capital suscrito y pagado	M\$14.744.608		
% participación total	99,99%		
Objeto social	La Sociedad tiene por objeto social realizar actividades de inversión de carácter financiero, comercial y mercantil, efectuar negociaciones y otras operaciones, corretaje de bienes raíces, agentes de propiedades y vendedores de todo tipo de bienes, incluyendo servicios, ejercer todos los poderes y facultades a que tenga derecho, en su calidad de propietaria de acciones, valores o cualesquiera otros títulos, comprar, vender, arrendar, hipotecar y en general disponer de bienes muebles, inmuebles y derechos corporales, constituir sociedades de cualquier naturaleza, constituir garantías en favor de terceros, efectuar cualquier actividad comercial que los Directores de la Compañía estimen conveniente. Puede dedicarse a cualquier giro, y realizar cualquier actividad encaminada a alcanzar dichos objetivos, salvo limitación o prohibición contenida en las leyes sobre sociedades de las Islas Cayman.		
Directorio	<table border="0"> <tr> <td>Francisco Pérez Mackenna</td> </tr> <tr> <td><i>El director señor Francisco Pérez Mackenna es director de CCU S.A.</i></td> </tr> </table>	Francisco Pérez Mackenna	<i>El director señor Francisco Pérez Mackenna es director de CCU S.A.</i>
Francisco Pérez Mackenna			
<i>El director señor Francisco Pérez Mackenna es director de CCU S.A.</i>			
Principales contratos entre CCU Cayman Limited y CCU S.A.:	Contrato de cuenta corriente mercantil		

SOUTH INVESTMENTS LIMITED (Filial de CCU Cayman Limited)					
Razón social	SOUTH INVESTMENTS LIMITED				
Naturaleza jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada				
Capital suscrito y pagado	M\$ 5.813.199				
% participación total	99,99%				
Objeto social	Amplio, puede dedicarse a cualquier giro y realizar cualquier actividad, salvo limitación o prohibición establecida en la Ley de Sociedades de Islas Cayman.				
Directorio	<table border="0"> <tr> <td>Patricio Jottar Nasrallah</td> </tr> <tr> <td>Dirk Leisewitz Timmermann</td> </tr> <tr> <td>Ricardo Reyes Mercandino</td> </tr> <tr> <td><i>Todos los directores son gerentes de CCU S.A.</i></td> </tr> </table>	Patricio Jottar Nasrallah	Dirk Leisewitz Timmermann	Ricardo Reyes Mercandino	<i>Todos los directores son gerentes de CCU S.A.</i>
Patricio Jottar Nasrallah					
Dirk Leisewitz Timmermann					
Ricardo Reyes Mercandino					
<i>Todos los directores son gerentes de CCU S.A.</i>					
Principales contratos entre South Investments Limited y CCU S.A.:	Contrato de cuenta corriente mercantil				

SAINT JOSEPH INVESTMENTS LIMITED (Filial de CCU Cayman Limited)	
Razón social	SAINT JOSEPH INVESTMENTS LIMITED
Naturaleza jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada
Capital suscrito y pagado	M\$ 8.290.176
% participación total	99,99%
Objeto social	Amplio, puede dedicarse a cualquier giro y realizar cualquier actividad, salvo limitación o prohibición establecida en la Ley de Sociedades de Islas Cayman. Sin constituir una enumeración taxativa, la sociedad puede realizar actividades de inversión de carácter financiero, comercial y mercantil, efectuar negociaciones y otras operaciones; ejercer todos los poderes y facultades a que tenga derecho en su calidad de propietaria de acciones, valores o cualesquiera otros títulos; comprar, vender, arrendar, hipotecar y en general disponer de bienes muebles, inmuebles y derechos corporales; constituir sociedades de cualquier naturaleza; otorgar garantías en favor de terceros; y en general efectuar cualquier actividad comercial que los Directores de la Compañía estimen conveniente.
Directorio	Patricio Jottar Nasrallah Dirk Leisewitz Timmermann Ricardo Reyes Mercandino <i>Todos los directores son gerentes de CCU S.A.</i>
Principales contratos entre Saint Joseph Investments Limited y CCU S.A.:	Contrato de cuenta corriente mercantil

INVERSIONES SOCINVER S.A. EN LIQUIDACION	
Razón social	INVERSIONES SOCINVER S.A., en liquidación
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$ 73.839 al 31 de diciembre de 1998
% participación total	44,55%
Objeto social	La inversión de toda clase de bienes raíces y muebles, corporales, incorporales, sea directamente o a través de otras sociedades.
Comisión Liquidadora	Alberto Marraccini Valenzuela Ricardo Budinich Diez Sergio Guillier Cid
Liquidación	Por escrituras públicas de fechas 17 de mayo y 9 de julio de 1999, otorgadas en las notarías de Santiago de don Iván Torrealba Acevedo y Eduardo Avello Concha, respectivamente, la comisión liquidadora, dando cuenta del término de giro de la sociedad, procedió a la liquidación y distribución de los activos netos de la misma entre sus accionistas, otorgando CCU el correspondiente finiquito.





Glosario

CCU:

Compañía Cervecerías Unidas S.A. o la Compañía.

EBITDA (Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization):

Resultado operacional más depreciación y amortizaciones.

Margen EBITDA:

EBITDA dividido por el ingreso de explotación.

Margen Operacional:

Resultado operacional dividido por el ingreso de explotación.

ROCE (Return On Capital Employed):

Retorno sobre el capital empleado. Índice que permite medir la creación de valor en las unidades de negocio, así como asignar las metas y planes de incentivo de los ejecutivos de la Compañía.

UAC:

Unidades de Apoyo Corporativo; parte de la estructura corporativa que incluye funciones generales de apoyo y soporte al negocio.

UEN:

Unidades Estratégicas de Negocio; parte de la estructura corporativa que incluye las divisiones operacionales de la Compañía, las cuales están separadas en entidades legales tales como ECUSA, Viña San Pedro S.A. o CCU Argentina.

Esta memoria contiene diversas afirmaciones o declaraciones que constituyen proyecciones del desarrollo futuro de la Compañía y de sus diversos negocios, reflejando las actuales expectativas o convicciones de su administración. Dichas proyecciones no garantizan los resultados finales, los que pueden diferir de los previstos en virtud de diversas causas, las más importantes de las cuales se encuentran especificadas bajo el acápite "Factores de Riesgo", página 53 de este documento.

“...QUIERO AGRADECER A TODO
EL PERSONAL DE CCU, POR EL
GRAN ESFUERZO DESPLEGADO
DURANTE EL AÑO RECIÉN
PASADO, POR SU COMPROMISO
Y PROFESIONALISMO QUE NOS
PERMITIERON SUPERAR UN AÑO
COMPLICADO...” (*)

(*) Extracto de la Carta del Presidente