

Memoria Anual 2004



ABRE TU MUNDO

CCU



Resumen Financiero Consolidado

(Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre 2004)

Estado Consolidado de Resultados	2004	2003	2002	2001
Ingresos de Explotación	420.638	393.666	358.083	383.440
Costos de Explotación	(202.622)	(193.934)	(176.461)	(181.358)
Gastos de Administración y Ventas	(159.309)	(152.722)	(142.527)	(155.536)
Resultado Operacional	58.707	47.009	39.095	46.547
Margen Operacional	14,0%	11,9%	10,9%	12,1%
Resultado No Operacional	(6.178)	13.941	(7.309)	3.906
Impuestos	(5.899)	(5.101)	(7.699)	(7.620)
Interés Minoritario y Otros	(1.237)	(408)	(1.245)	(1.911)
Utilidad Neta	45.394	55.440	22.843	40.922

Balance General Consolidado	2004	2003	2002	2001
Total Activo Circulante	223.228	205.180	225.856	214.362
Total Activo Fijo	301.258	321.650	342.405	365.265
Otros Activos	67.755	64.834	106.853	91.510
TOTAL ACTIVO	592.241	591.664	675.113	671.137
Total Pasivo Circulante	125.217	124.269	126.577	112.448
Total Pasivo a Largo Plazo	126.216	142.422	56.822	77.310
Interés Minoritario	38.703	39.233	42.949	42.514
Total Patrimonio	302.104	285.741	448.765	438.865
TOTAL PASIVO	592.241	591.664	675.113	671.137

Otros Antecedentes Financieros	2004	2003	2002	2001
Volumen de Venta (miles de hectólitros)	11.315	10.862	10.132	9.877
EBITDA	98.555	88.574	84.054	89.821
(resultado operacional + depreciación + amortización)				
Margen EBITDA	23,4%	22,5%	23,5%	23,4%
Inversión en Activo Fijo	25.579	19.637	17.304	29.967
Número de Acciones al Cierre (miles)	318.503	318.503	318.503	318.503

Resultado Operacional por Segmento	2004	2003	2002	2001
Cervezas en Chile	44.993	39.771	30.348	30.805
Cervezas en Argentina	(148)	(3.573)	(11.444)	(7.235)
Bebidas Gaseosas, Néctares y Aguas Minerales	8.506	7.131	8.097	9.100
Vinos	4.755	3.532	9.052	9.918
Otros	601	148	3.042	3.958
TOTAL	58.707	47.009	39.095	46.547
Número Total de Empleados	3.876	3.901	3.908	3.892

VOLUMEN DE VENTA



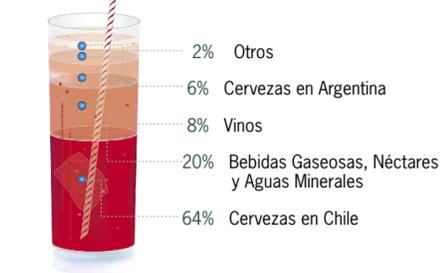
INGRESOS DE EXPLOTACION



RESULTADO OPERACIONAL



EBITDA



“Concluyendo, el 2004 fue un año muy positivo para CCU, con récords históricos en volúmenes, ingresos por ventas, resultado operacional y EBITDA, y con mejores resultados en todos los segmentos de negocios –donde destacó la utilidad neta de CCU Argentina–, además del “Grand Prix de Cannes” para cerveza Cristal. Asimismo, se cumplió el Plan Estratégico 2002-2004. El Plan ACC continuó dando sus frutos al ser el 2004 el segundo año consecutivo en que nuestros ingresos de cerveza en Chile crecieron más que el PIB. La positiva evolución de las economías chilena y argentina, la continua búsqueda de la excelencia comercial a través del Plan Punto Máximo y las posibilidades ciertas de crecimiento en cada uno de nuestros negocios, sumado al potencial que nos entrega la reciente asociación con Control –todo lo cual está plasmado en el nuevo Plan Estratégico 2005-2007– nos hacen estar muy optimistas respecto del desempeño futuro de CCU.” (*)

(*) Extracto de la Carta del Presidente



Carta del Presidente

Estimados accionistas:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes para presentarles la memoria y los estados financieros de CCU S.A. correspondientes al ejercicio 2004.

El año 2004 fue muy positivo para la Compañía. CCU obtuvo niveles máximos históricos en sus principales indicadores financieros: los volúmenes de venta llegaron a 11,3 millones de hectólitros (HL), los ingresos por ventas alcanzaron a \$420.638 millones, el resultado operacional fue de \$58.707 millones y el EBITDA ascendió a \$98.555 millones. El retorno sobre capital empleado (ROCE) después de impuestos fue de 12,8%, 3,9 puntos porcentuales por sobre el año 2003.

Los volúmenes de 11,3 millones de HL representan un crecimiento de 4,2% respecto al año anterior. Este crecimiento se explica por: las mayores ventas de cerveza tanto en Chile como en Argentina que crecieron 2,4% y 10,4%, respectivamente; por las ventas de agua mineral que aumentó 6,8%, gaseosas que se expandieron 1,4% y néctares que se incrementaron 12,6%. Adicionalmente, las ventas de pisco más que se duplicaron durante el año, creciendo 118,8%, y las exportaciones de vino envasado subieron 2,1%. Los crecimientos antes mencionados estuvieron parcialmente compensados por vinos en el mercado doméstico chileno que disminuyeron 0,3%, debido al mayor foco puesto por Viña San Pedro en rentabilizar este mercado por la vía de mejores márgenes.

Los ingresos por ventas consolidados de la Compañía de \$420.638 millones representan un incremento de 6,9% con relación al año 2003. El resultado operacional aumentó 24,9%, llegando a \$58.707 millones, explicado por los mayores ingresos por ventas y por costos de explotación y gastos de administración y ventas menores como porcentaje de las ventas. La utilidad neta fue de \$45.394 millones, menor que la registrada el año 2003 como consecuencia de la utilidad extraordinaria generada por la venta de nuestra

participación en la cervecera Croata Karlovacka Pivovara d.d. a Heineken N.V. en marzo de 2003.

El 2004 fue el último año del Plan Estratégico 2002-2004, el cual fue presentado en la Memoria Anual 2001 y se basaba en tres Pilares Estratégicos: Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad, los cuales rigieron el actuar de la Compañía durante el trienio. Este Plan constaba de seis Objetivos Estratégicos los que en su conjunto se cumplieron durante el período, como se detalla más adelante en esta memoria.

A continuación describiré las principales actividades realizadas por cada segmento de negocio, así como las acciones corporativas realizadas durante el año 2004, en el marco de dicho Plan Estratégico.

Cervezas en Chile, nuestro principal segmento de negocios, tuvo un muy buen desempeño durante el año, aumentando sus ingresos por ventas 6,4%, su resultado operacional 13,1% y su participación de mercado a 90%. Estos positivos resultados se explican principalmente por el exitoso Plan ACC (Aumento de Consumo de Cerveza) que comenzó a implantarse el año 2001 y el buen desempeño económico del país. El 2004 fue el segundo año consecutivo en que nuestros ingresos por ventas de cerveza en Chile crecieron más que el PIB. Durante el año, el segmento de mayor crecimiento continuó siendo el premium, donde destacaron las marcas Royal, Heineken, Austral, Kunstmann y Budweiser, aumentando su importancia dentro del mix de venta de la Compañía desde 5,9% el 2003 hasta 8,3% el 2004. Cristal, nuestra principal marca de cerveza, logró un hito en la historia publicitaria chilena, al obtener por primera vez para nuestro país el "Grand Prix de Cannes" Categoría Medios, máximo galardón de publicidad a nivel internacional, con la campaña "La Fuerza está con Cerveza Cristal".

En cervezas en Argentina, nuestro desempeño también fue muy positivo, aumentando 10,4%

los volúmenes de venta e incrementando un punto nuestra participación de mercado, la cual llegó a 15%. Adicionalmente, nuestra filial en Argentina obtuvo una utilidad neta de US\$1,5 millones, la cual se explica principalmente por un mejor resultado operacional –producto de las mayores ventas y de la recuperación del precio en dólares desde US\$30 por HL en diciembre de 2003, a US\$37 por HL en diciembre de 2004– y por un mejor resultado no operacional. Aunque los precios han mostrado una tendencia positiva, aún están por debajo de los valores anteriores a la devaluación (más de US\$50 por HL). Cabe destacar el considerable crecimiento de las marcas Schneider, Heineken y Budweiser, las tres marcas con cobertura nacional, que permitieron que en el año 2004 CCU en Argentina vendiera más de dos millones de HL. Esta venta fue posible gracias al aumento de capacidad en la planta de Salta, y producto de las positivas tendencias en el consumo, estamos en el proceso de aumentar la capacidad de nuestra principal planta en Argentina, ubicada en la ciudad de Santa Fe.

El segmento de gaseosas, néctares y aguas minerales aumentó su resultado operacional 19,3%, alcanzando \$8.506 millones. Todas sus categorías mostraron crecimiento en sus volúmenes durante el año 2004, destacando el incremento de 12,6% de néctar Watt's –el cual ha continuado con un excelente desempeño desde su relanzamiento hace cinco años– y de 6,8% en aguas minerales. Durante el mes de julio se renovó el contrato de licencia para la producción y comercialización de néctar Watt's, ampliando su plazo hasta el año 2014, con prórrogas automáticas hasta el año 2023 si se cumplen ciertas condiciones. En este período la Compañía introdujo la versión light de Canada Dry Ginger Ale, con una excelente acogida por parte de los consumidores y el envase “Sport Bottle” para Gatorade, que permite utilizarlo mientras se realiza ejercicio. Asimismo, hacia fines de año relanzamos la tradicional marca de bebida frutal Nobis en los sabores piña, naranja y guinda, dirigida a competir estratégicamente con las marcas de descuento.

El segmento vinos mejoró en forma considerable, aumentando su resultado operacional 34,6% durante 2004, a pesar de la apreciación del peso chileno. Esto fue consecuencia del plan implantado a fines del año 2003 que consistió en la racionalización de



Guillermo Luksic Craig
Presidente del Directorio

costos, gastos, número de productos y empaques, la optimización de precios –en el mercado doméstico y de exportación– y la focalización en los principales mercados internacionales. En el mes de marzo Viña Altaír –joint venture con la prestigiosa viña francesa Château Dassault– inauguró su bodega en Totihue, VI Región, con la más moderna tecnología disponible y comenzó la comercialización de sus vinos ícono y ultra premium, Altaír y Sideral. Durante el año, Viña Tabalí –joint venture con Agrícola Río Negro– lanzó sus dos líneas de productos, Reserva y Reserva Especial, en Chile y el Reino Unido, obteniendo reconocimientos en diversos concursos nacionales e internacionales. Asimismo, Tabalí comenzó en el mes de mayo la construcción de una nueva bodega en el valle de Limarí. Hacia fines de año Viña San Pedro adquirió el tradicional Manquehuito Pop Wine, un vino espumante de baja graduación alcohólica y sabores frutales, ampliando la gama de productos ofrecidos por Viña San Pedro y aumentando su participación de mercado en más de un punto

porcentual. Adicionalmente, en noviembre, Viña Santa Helena introdujo al mercado la línea de vinos premium “Cuatro Estaciones”, que se sumaron al tradicional vino Selección del Directorio. De esta forma Viña San Pedro fortalece su posición en el segmento premium del mercado.

El negocio del pisco continuó con su importante desarrollo iniciado a comienzos de 2003 con la introducción al mercado de Ruta Norte. En enero de 2004, lanzamos Ruta Sour, un pisco sour listo para su consumo, ingresando al segundo segmento de la industria y el de mayor crecimiento. En el mes de noviembre Pisonor amplió su portafolio de productos con Ruta Sour Light, un cocktail con 40% menos calorías y sólo 12 grados de alcohol, en un innovador envase que simula una coctelera. De esta forma terminamos el año 2004 con una participación de mercado de 18%, de acuerdo a las mediciones de ACNielsen. En febrero de 2005 anunciamos negociaciones con Cooperativa Agrícola Control Pisquero de Elqui y Limarí Ltda. (Control) –dueña de las marcas Mistral, Campanario, 3 ERRES, La Serena y Control entre otras– para formar una asociación entre ambas compañías. Esta propuesta fue votada en marzo por los cooperados de Control, quienes la aprobaron. La nueva empresa, que será controlada por CCU con 80% de la propiedad, contará con alrededor del 50% del mercado de pisco en Chile.

En enero de 2004 ingresamos al negocio de los confites con la creación de un joint venture entre nuestra filial de gaseosas, minerales y néctares Embotelladores Chilenas Unidas S.A. (ECUSA) e Industria Nacional de Alimentos S.A., una empresa controlada por Quiñenco S.A. Este joint venture, que pertenece en partes iguales a las empresas antes mencionadas, adquirió los activos de Calaf, tradicional fábrica de confites con más de 100 años en el mercado chileno. Los productos Calaf son ahora vendidos por nuestra fuerza de ventas de gaseosas, alcanzando actualmente a más de 60.000 clientes, con un potencial de más de 90.000. Estamos muy satisfechos con los resultados obtenidos durante el primer año de esta nueva incursión que nos ha permitido explorar la industria de los productos

“Listos para su Consumo”, que tiene un tamaño de aproximadamente US\$1.000 millones, ofreciendo un interesante potencial de crecimiento para CCU. Durante su primer año de operación, Calaf S.A. obtuvo utilidad neta positiva.

Adicionalmente, durante el año 2004 la Compañía realizó diversas actividades corporativas, las que paso a detallar a continuación.

En el mes de enero, CCU lanzó su libro de historia “CCU 150 Años Abriendo tu Mundo”, el cual recopila la trayectoria de la Compañía desde sus inicios y los múltiples aportes con los que CCU ha colaborado al desarrollo del país.

En abril, la Compañía publicó su nuevo Código de Ética que reúne todos los principios que orientan la actitud y conducta de cada uno de los empleados de CCU y sus filiales.

Durante el mes de mayo quedaron operando todos los sistemas de la Compañía con la nueva versión 8.4 del software PeopleSoft, la cual permite manejarlos a través de Internet.

En julio comenzó a operar el Plan Punto Máximo en las divisiones de cerveza y pisco en Chile y en agosto se implementó en los segmentos de vino y de gaseosas, aguas minerales y néctares. Este Plan está orientado a maximizar la rentabilidad, crecimiento y sustentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de nuestros clientes y consumidores.

A comienzos de septiembre realizamos “Máxima Acción”, la segunda Convención de Ventas de CCU, la cual reunió a más de 2.000 personas, entre ellas vendedores de todas las unidades de negocio de la Compañía, directores y ejecutivos de CCU, además de nuestros principales clientes. Aquí se presentaron todas las campañas de marketing para la temporada 2004-2005, incluyendo más de 60 nuevos comerciales para televisión.

En octubre comenzó a operar en el centro de distribución de Temuco el proyecto WMS (Warehouse Management System) que consiste en la administración inteligente de almacenes y en la

automatización de la confección de pedidos en las bodegas de la Compañía. Esta primera etapa es un plan piloto que luego se extenderá al resto del país.

En el mes de noviembre lanzamos la campaña “No Venta de Alcohol a Menores de Edad”, como parte de nuestro constante compromiso con el consumo responsable de alcohol. Esta campaña está dirigida a nuestros clientes y muestra nuestra preocupación por la salud y bienestar de la comunidad.

Durante los meses de noviembre y diciembre se culminó el refinanciamiento de los principales pasivos a largo plazo de la Compañía a través de un crédito por US\$100 millones sindicado por 10 bancos y la emisión de bonos locales por UF2 millones, aprovechando las favorables condiciones crediticias vigentes.

En el mes de diciembre participamos en la Teletón, importante obra de beneficencia encargada de los niños minusválidos, como lo hemos venido haciendo desde 1978 cuando comenzó esta cruzada a escala nacional. En esta ocasión CCU participó con cinco de sus principales marcas: Cristal, Bilz y Pap, Cachantun, Ruta Norte y Gato, entregando un aporte de más de \$300 millones.

A fines de año quedaron documentados y probados todos los controles internos que afectan las principales cuentas contables de la Compañía, cumpliendo con los requerimientos de la ley Sarbanes-Oxley de Estados Unidos.

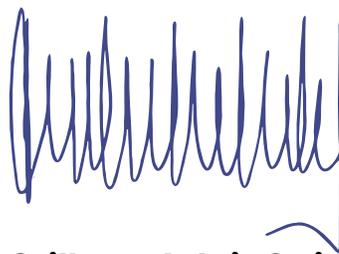
En diciembre CCU vendió el último sitio que le quedaba en el terreno de la antigua planta cervecera de Santiago, generando una importante ganancia para la Compañía. En dicho lugar una empresa inmobiliaria construirá un edificio de oficinas, en el cual arrendaremos, con opción de compra, parte del inmueble que se llamará Edificio CCU. Ahí se instalarán las futuras oficinas corporativas de la Compañía.

Durante la última sesión de Directorio de CCU del año 2004, aprobamos el nuevo Plan Estratégico para el trienio 2005-2007. Este Plan, que involucró activamente al Directorio y a los principales ejecutivos de la Compañía, está basado en los

mismos Pilares Estratégicos que el Plan 2002-2004: Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad. En las siguientes secciones de esta memoria se detalla este nuevo Plan Estratégico que regirá el actuar de CCU para el período 2005-2007.

Concluyendo, el 2004 fue un año muy positivo para CCU, con récords históricos en volúmenes, ingresos por ventas, resultado operacional y EBITDA, y con mejores resultados en todos los segmentos de negocios –donde destacó la utilidad neta de CCU Argentina–, además del “Grand Prix de Cannes” para cerveza Cristal. Asimismo, se cumplió el Plan Estratégico 2002-2004. El Plan ACC continuó dando sus frutos al ser el 2004 el segundo año consecutivo en que nuestros ingresos de cerveza en Chile crecieron más que el PIB. La positiva evolución de las economías chilena y argentina, la continua búsqueda de la excelencia comercial a través del Plan Punto Máximo y las posibilidades ciertas de crecimiento en cada uno de nuestros negocios, sumado al potencial que nos entrega la reciente asociación con Control –todo lo cual está plasmado en el nuevo Plan Estratégico 2005-2007– nos hacen estar muy optimistas respecto del desempeño futuro de CCU.

Finalmente, quisiera destacar el apoyo y la confianza con que el Directorio de CCU y su administración han contado por parte de los accionistas, y agradecer muy especialmente el fuerte nivel de compromiso, dedicación, esfuerzo y espíritu de equipo de cada uno de los hombres y mujeres que día a día desarrollan sus actividades profesionales en CCU; cuestión fundamental en los logros de la Compañía durante el año 2004.



Guillermo Luksic Craig
Presidente del Directorio



1) En el mes de julio comenzó a operar el Plan Punto Máximo en las divisiones de cerveza y pisco en Chile y en agosto se implementó en los segmentos de vino y de gaseosas, aguas minerales y néctares. Este plan está orientado a maximizar la rentabilidad, crecimiento y sustentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de clientes y consumidores. El Plan Punto Máximo busca incrementar la rentabilidad a través de la obtención de mayores márgenes producto de la mejor administración del mix de productos y empaques en cada punto de venta.



2) Cerveza Cristal logró un hito en la historia publicitaria nacional, al obtener por primera vez para Chile el "Grand Prix de Cannes", máximo galardón de publicidad a nivel internacional, con la campaña "La Fuerza está con Cerveza Cristal". Este reconocimiento fortalece a la marca más rentable de la Compañía.



3) Durante el año 2004 se lograron recuperar en parte los precios de la cerveza en Argentina luego de la crisis del año 2002, terminando el año con un precio de US\$37 por hectolitro, comparado con US\$30 a fines de 2003. Los mayores precios, los aumentos en volúmenes y un mejor resultado no operacional permitieron que CCU Argentina obtuviera una utilidad neta de US\$1,5 millones.



4) Durante el año se llevó a cabo el plan de racionalización en Viña San Pedro que permitió revertir la tendencia negativa en sus resultados a pesar del tipo de cambio menor que el año anterior. Este plan consistió en maximizar las eficiencias operativas a través de la racionalización de costos y gastos, la reducción en el número de productos y empaques, la optimización de precios y la focalización de sus esfuerzos en los principales mercados.



5) Se refinanciaron los principales pasivos de largo plazo de la Compañía, aprovechando las favorables condiciones crediticias vigentes.



6) En octubre comenzó a operar en el centro de distribución de Temuco el proyecto WMS (Warehouse Management System) que consiste en la administración inteligente de almacenes y en la automatización de la confección de pedidos en las bodegas de la Compañía. Esta primera etapa es un plan piloto que luego se extenderá al resto del país.



7) En diciembre CCU vendió el último sitio que le quedaba en el terreno de la antigua planta cervecera de Santiago, generando un importante ingreso para la Compañía. En dicho lugar una empresa inmobiliaria construirá un edificio de oficinas, el que una vez concluido será vendido a diversos inversionistas. Uno de ellos se ha comprometido a arrendar, con opción de compra a favor de CCU, parte del inmueble que se llamará Edificio CCU, donde se instalarán las futuras oficinas corporativas de la Compañía.

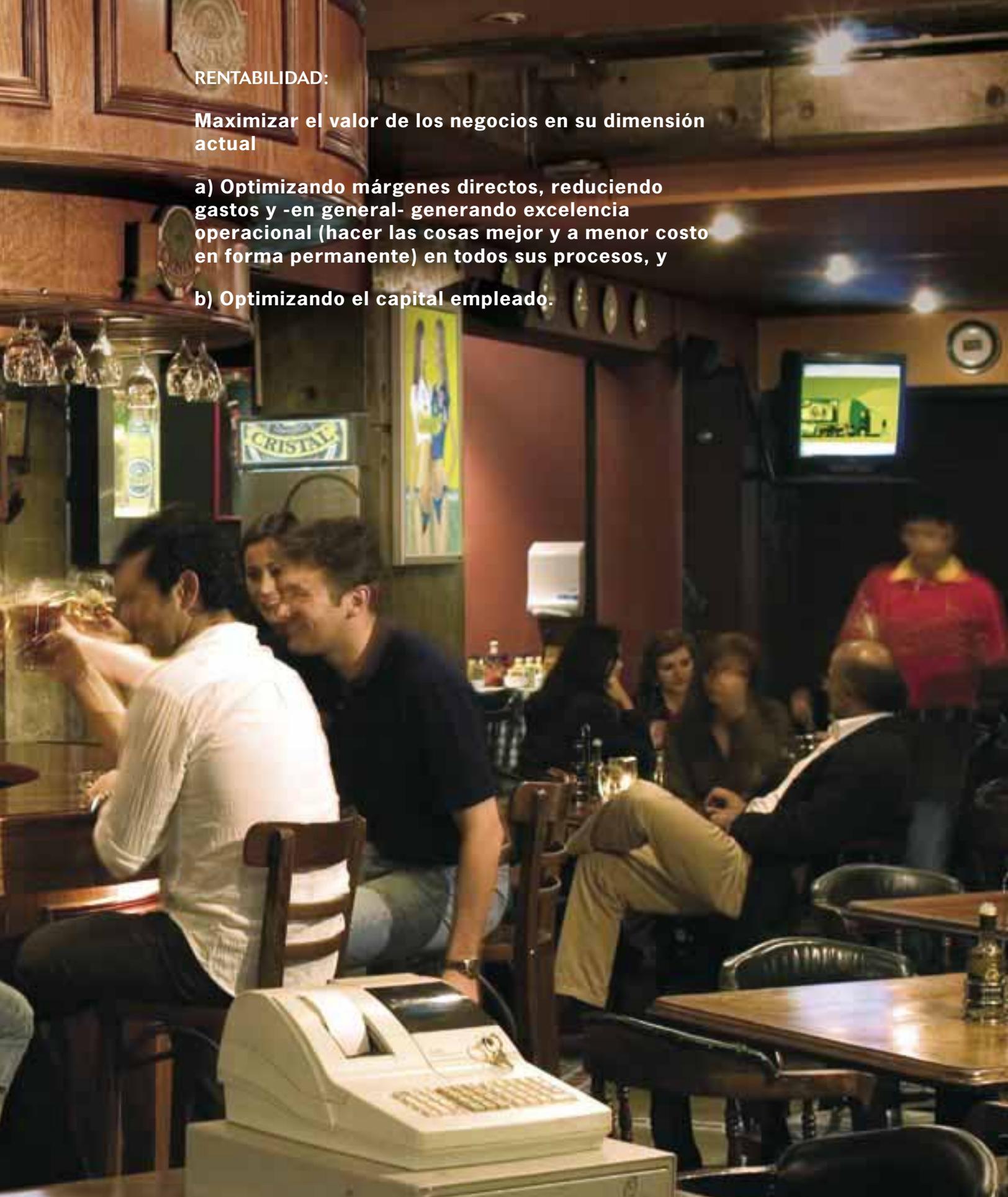


RENTABILIDAD:

Maximizar el valor de los negocios en su dimensión actual

a) Optimizando márgenes directos, reduciendo gastos y -en general- generando excelencia operacional (hacer las cosas mejor y a menor costo en forma permanente) en todos sus procesos, y

b) Optimizando el capital empleado.



RENTABILIDAD



1) En el mes de julio comenzó a operar el Plan Punto Máximo en las divisiones de cerveza y pisco en Chile y en agosto se implementó en los segmentos de vino y de gaseosas, aguas minerales y néctares. Este plan está orientado a maximizar la rentabilidad, crecimiento y sustentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de clientes y consumidores. El Plan Punto Máximo busca incrementar las ventas en cada uno de los puntos de distribución a través de una mejor ejecución y segmentación de los clientes.



2) Cerveza Cristal logró un hito en la historia publicitaria nacional, al obtener por primera vez para Chile el "Grand Prix de Cannes", máximo galardón de publicidad a nivel internacional, con la campaña "La Fuerza está con Cerveza Cristal". Este reconocimiento fortalece a la marca más vendida de la Compañía.



3) Durante el mes de enero CCU ingresó al negocio de los confites a través de un joint venture con Industria Nacional de Alimentos S.A. Ambas empresas adquirieron los activos de Calaf, empresa con más de un siglo de tradición en esta industria.



4) El negocio del pisco tuvo un fuerte crecimiento, incrementando sus ventas de 32 mil hectólitros el 2003 a 70 mil hectólitros el 2004, convirtiéndose Ruta Norte en la segunda marca del mercado, a menos de dos años de su lanzamiento. Asimismo, durante el año se lanzaron Ruta Sour y Ruta Sour Light, con gran aceptación de los consumidores.



5) En noviembre se inauguró la ampliación de la planta de Salta en Argentina y durante el año 2005 se ampliará la planta de Santa Fe. Estas inversiones se hacen necesarias para enfrentar el importante crecimiento de los productos de la Compañía en Argentina.



6) Viña San Pedro adquirió la tradicional marca Manquehuito Pop Wine, ampliando su gama de productos con estos vinos espumantes de baja graduación alcohólica y sabores frutales. Esta compra también le permitió aumentar su participación en el mercado doméstico en más de un punto.



7) Viña San Pedro comenzó a comercializar los vinos íconos y ultra premium de las viñas Altair y Tabalí. En el mes de marzo se inauguró la bodega de Viña Altair en Totihue y durante mayo comenzó la construcción de la bodega de Viña Tabalí en el valle de Limarí.



CRECIMIENTO:

Incrementar la dimensión actual del valor de los negocios

a) En los negocios actuales, vía nuevos productos, atender nuevas necesidades, nuevos canales, nuevas ocasiones de consumo y quitarle mercado a la competencia, o

b) Entrando a nuevos negocios y categorías.



CRECIMIENTO



1) En el mes de julio comenzó a operar el Plan Punto Máximo en las divisiones de cerveza y pisco en Chile y en agosto se implementó en los segmentos de vino y de gaseosas, aguas minerales y néctares. Este plan está orientado a maximizar la rentabilidad, crecimiento y sustentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de clientes y consumidores. El Plan Punto Máximo busca mejorar el servicio y el valor agregado en el punto de venta, aumentando la satisfacción de clientes y consumidores.



2) Cerveza Cristal logró un hito en la historia publicitaria nacional, al obtener por primera para Chile el "Grand Prix de Cannes", máximo galardón de publicidad a nivel internacional, con la campaña "La Fuerza está con Cerveza Cristal". Este reconocimiento fortalece el valor de la marca más importante de la Compañía.



3) En el mes de abril, la Compañía publicó su nuevo Código de Etica que reúne todos los principios que orientan la actitud y conducta de cada uno de los empleados de CCU y sus filiales. Asimismo, a fines de año quedaron documentados y probados todos los controles internos que afectan las principales cuentas contables de la Compañía, cumpliendo con los requisitos de la ley Sarbanes-Oxley de Estados Unidos.



4) Durante el mes de mayo quedaron operando todos los sistemas de la Compañía con la nueva versión 8.4 del software PeopleSoft, la cual permite manejarlos a través de Internet.



5) La Compañía renovó el contrato de licencia con Watt's Alimentos S.A., para la producción y comercialización de nectar Watt's embotellado en Chile hasta el año 2014, prorrogable automáticamente hasta el año 2023 si se cumplen ciertas condiciones.



6) En noviembre CCU lanzó la campaña "No Venta de Alcohol a Menores de Edad", como parte de su constante compromiso con el consumo responsable de alcohol. Esta campaña está dirigida a los clientes de la Compañía y muestra preocupación por la salud y bienestar de la comunidad.



7) En el mes de diciembre CCU participó en la Teletón, importante obra de beneficencia encargada de los niños minusválidos, como lo ha venido haciendo desde 1978 cuando comenzó esta cruzada a escala nacional. En esta ocasión la Compañía participó con cinco de sus principales marcas: Cristal, Bilz y Pap, Cachantun, Ruta Norte y Gato, entregando un aporte de más de \$300 millones.



SUSTENTABILIDAD:

Asegurar el valor de la Compañía con visión de largo plazo, sobre bases de rentabilidad y crecimiento que se mantengan más allá del período de planificación

**a) A nivel interno, esto es el capital humano, el valor de sus marcas, el capital físico y cualquier otro activo, tangible o intangible alojado al interior de la Compañía, y
b) A nivel externo, esto es el conocimiento y la relación con sus clientes, consumidores, proveedores, la sociedad y -en general- con los grupos asociados a la Compañía.**



SUSTENTABILIDAD



Historia

1850

Nace en Valparaíso la primera fábrica de cerveza en Chile, fundada por don Joaquín Plagemann.

1851

El inmigrante alemán don Carlos Anwandter establece la Compañía de Cerveza de Valdivia.

1889

La primera cervecera de Valparaíso se fusiona con la Fábrica de Cerveza de Limache, dando origen a la Fábrica Nacional de Cerveza.

1901

La Fábrica Nacional de Cerveza adquiere la Fábrica de Cerveza y Hielo de Gubler y Cousiño.

1902

En enero, la Fábrica Nacional de Cerveza se constituye en sociedad anónima con el nombre de Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU).

1916

CCU se convierte en el principal productor de cerveza en Chile luego de la incorporación de las fábricas Ebner de Santiago, Anwandter de Valdivia y la Compañía Cervecera La Calera.

CCU ingresa al negocio de las bebidas gaseosas con Bilz, luego de la incorporación de Ebner, empresa que introdujo Bilz al mercado nacional en 1905.

1924

CCU adquiere las Cerveceras de Concepción y Talca.

1927

CCU adquiere la Cervecera de Mitrovich Hermanos en Antofagasta.

1933

CCU adquiere la cervecera de la sucesión de Jorge Aubel en Osorno.

1937

Comienza la construcción de la población obrera de Limache, desarrollando políticas habitacionales propias, anticipándose a la legislación futura.

1942

Se lanza al mercado cerveza Escudo.

1950

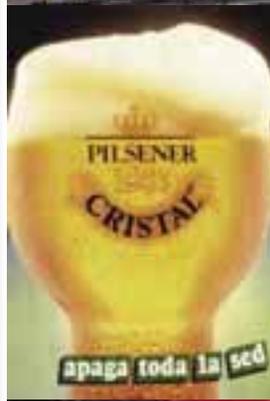
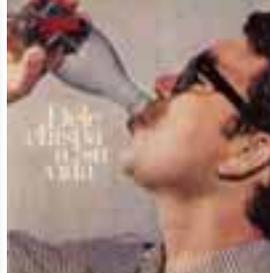
CCU adquiere la cervecera de la sociedad Floto y Cia. en La Serena

1959

CCU empieza a producir bajo licencia Pepsi-Cola.

1960

La Compañía amplía su gama de productos con la entrada al negocio del



agua mineral luego de la adquisición de Cachantun.

1979

Se crea la Fábrica de Envases Plásticos S.A. (PLASCO) para la producción de cajas plásticas, la cual en 1989 comienza a fabricar botellas plásticas.

1981

Se inaugura Cervecera Santiago, la planta más moderna del país a la fecha.

1986

El grupo Luksic, a través de Quinenco S. A., y el grupo alemán Schörghuber, a través de Paulaner-Salvator AG, forman en partes iguales la empresa Inversiones y Rentas S.A. (IRSA), la cual adquiere el 64,3% de CCU. En abril de 2003 el grupo Schörghuber vende su participación en IRSA a Heineken N.V.

1990

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

CCU adquiere Agua Mineral Porvenir S.A.I., ubicada en Casablanca, Chile.

1992

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

1993

CCU relanza Cristal, su principal marca de cerveza, con la introducción de la botella de litro con tapa rosca, acuñando el eslogan "Única, Grande y Nuestra".

1994

CCU ingresa al negocio del vino a través de la adquisición del 48,4% de Viña San Pedro S.A. (VSP), actualmente la segunda viña más grande de Chile.

La Compañía crea la empresa Embotelladoras 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. Esta inversión es vendida en marzo de 2003 generando una utilidad de \$20.321 millones.

1995

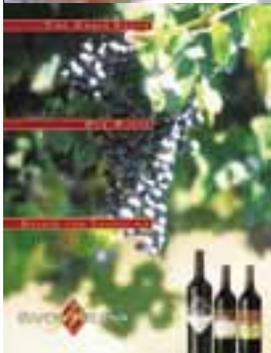
CCU ingresa al mercado cervecero argentino a través de la adquisición de dos cerveceras regionales: Compañía Industrial Cervecera S.A. de Salta y Cervecera Santa Fe S.A.

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.

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.

CCU comienza su incursión en el mercado peruano, a través de la adquisición de acciones de Backus & Johnston, la mayor cervecera peruana. El 2001 se venden las acciones de esta empresa las cuales alcanzaban a 6,7% del capital con derecho a voto, generando una utilidad de US\$25 millones.

1999

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

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

CCU adquiere el 100% de ECUSA, su filial productora de gaseosas y agua mineral.

ECUSA lanza línea de néctares Watt's con nuevos empaques y sabores.

2000

CCU celebra 150 años de tradición, regalando el "Monumento a la Amistad" a la ciudad de Santiago.

CCU firma un acuerdo con Anheuser-Busch para exportar desde Argentina Budweiser a Brasil, Paraguay y Chile.

CCU adquiere el 50% de Cervecería Austral S.A., mediante un acuerdo con Malterías Unidas para producir, vender y distribuir conjuntamente cerveza Austral en Chile y en el sur de Argentina.

Viña San Pedro S.A. adquiere Finca La Celia en Mendoza, Argentina, para exportar vino argentino a través de su red internacional de distribución.

2001

CCU lanza el Plan ACC (Aumento de Consumo de Cerveza).

Se forma Transportes CCU Ltda. para realizar de forma conjunta la distribución, cobranza y manejo de bodegas de todos los productos de la Compañía.

ECUSA firma contrato con CS Beverages Limited, Canada Dry Corporation Limited y Schweppes Holdings Limited para continuar con la embotellación de las marcas Crush y Canada Dry en Chile.

Viña San Pedro S.A. firma un acuerdo con Château Dassault, viña francesa ubicada en Saint Emilion. La asociación tiene por objeto producir vinos ultra premium en Chile.

Se independiza Viña Santa Helena de Viña San Pedro, creando una nueva empresa con una estructura comercial y enológica separada de la matriz VSP.

Anheuser-Busch adquiere 20% de participación accionaria en CCU. En noviembre de 2004, Anheuser-Busch



vende sus acciones de CCU a través de un remate en la Bolsa de Comercio de Santiago.

2002

La Compañía logra récord histórico de ventas al superar los 1.000 millones de litros a través de sus marcas de cervezas, gaseosas, agua mineral, néctares y vinos, tanto en Chile como en Argentina.

CCU adquiere el 50% de Compañía Cervecería Kunstmann S.A., una microcervecería ubicada en Valdivia.

CCU comienza con la venta y distribución de Gatorade en Chile, la bebida isotónica número uno en el mundo.

La Compañía es distinguida como "La Empresa Más Admirada de Chile" según una encuesta realizada por PricewaterhouseCoopers y "El Diario" a aproximadamente 4.800 ejecutivos de todo el país.

2003

CCU ingresa al negocio del pisco en el mes de febrero con la marca Ruta Norte, creando una nueva Unidad Estratégica de Negocios, Piscoconor S.A.

Heineken N.V., el segundo mayor cervecero a nivel mundial, ingresa a la propiedad de CCU a través de la adquisición de Finance Holding International (FHI), dueño del 50% de IRSA, accionista controlador de CCU.

La Compañía comienza a producir y comercializar la cerveza premium Heineken tanto en Chile como en Argentina.

CCU vende su participación en la cervecera croata Karlovacka Pivovara a Heineken N.V., generando una utilidad de \$20.321 millones.

VSP constituye Viña Tabalí en sociedad con Agrícola y Ganadera Río Negro Ltda. con el fin de producir y comercializar vinos finos de exportación.

2004

En enero CCU ingresa al negocio de los productos listos para su consumo con la adquisición, de Calaf, una tradicional empresa que fabrica confites, galletas y chocolates. Esta transacción la realiza ECUSA en conjunto con Industria Nacional de Alimentos S.A., una filial de Quiñenco S.A.

Cerveza Cristal obtiene el "Grand Prix de Cannes", el máximo premio de publicidad a nivel mundial.

Comienza a operar el Plan "Punto Máximo" diseñado para maximizar la rentabilidad, el crecimiento y la sustentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de clientes y consumidores.

VSP adquiere la marca "Manquehuito Pop Wine", un vino espumante con sabor a frutas, que amplía el portafolio de productos de la Viña y fortalece su posición en el mercado doméstico.

En diciembre CCU vende el último sitio que le quedaba en el terreno de la antigua planta cervecera de Santiago. En dicho lugar una empresa inmobiliaria construirá un edificio de oficinas, en el cual la Compañía arrendará, con opción de compra, varios pisos para trasladar sus oficinas centrales. El inmueble se llamará Edificio CCU.

NIVEL CORPORATIVO



PRESIDENTE

1. Guillermo Luksic Craig
Director de Empresas

VICEPRESIDENTE

2. Giorgio Maschietto Montuschi
Ingeniero

DIRECTORES

3. Jorge Carey Tagle
Abogado

4. Andrónico Luksic Craig
Director de Empresas

5. Manuel José Noguera Eyzaguirre
Abogado

6. Carlos Olivos Marchant
Abogado

7. Philippe Pasquet
Factor de Comercio

8. Francisco Pérez Mackenna
Ingeniero Comercial

9. Alejandro Strauch Aznarez
Arquitecto

Presidente Honorario

10. Ismael Edwards Izquierdo
Abogado

Introducción

Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU) tiene sus orígenes en 1850, en una pequeña cervecera en el puerto de Valparaíso. Desde aquel entonces CCU ha crecido y se ha transformado en una compañía diversificada de líquidos valorados con operaciones en Chile y Argentina. CCU participa en los negocios de cerveza, vino, bebidas gaseosas, agua mineral, néctares, pisco y confites en Chile y los negocios de cerveza y vino en Argentina. Adicionalmente, la Compañía se encuentra presente en el resto del mundo con las exportaciones de vino realizadas a través de su filial Viña San Pedro S.A. (VSP). Dicha composición de negocios y productos se refleja en su estructura de ingresos, 22,5% de los cuales provino de fuera de Chile durante el año 2004; siendo su producto más vendido la cerveza, representando 47,7% de los ingresos totales. En enero de 2004 la Compañía ingresó al mercado de los confites a través de un joint venture entre su filial ECUSA e Industria Nacional de Alimentos S.A., una empresa controlada por Quiñenco S.A., quienes adquirieron los activos de Calaf, una empresa con más de un siglo de historia.

Plan Estratégico

CCU cuenta con un proceso de planificación estratégica que define planes estratégicos en un horizonte de tres años y prioridades estratégicas a un año. Este año culmina el Plan Estratégico 2002-2004 y se presenta el nuevo Plan Estratégico para el período 2005-2007.

El Plan Estratégico 2002-2004, el cual fue presentado en la Memoria Anual 2001, estaba basado en tres Pilares Estratégicos:

- 1) Rentabilidad:** Maximizar el valor de los negocios en su dimensión actual
 - a) Optimizando márgenes directos, reduciendo gastos y –en general– generando excelencia operacional (hacer las cosas mejor y a menor costo en forma permanente) en todos sus procesos, y
 - b) Optimizando el capital empleado.

2) Crecimiento: Incrementar la dimensión actual del valor de los negocios

- a) En los negocios actuales, vía nuevos productos, atender nuevas necesidades, nuevos canales, nuevas ocasiones de consumo y quitarle mercado a la competencia, o
- b) Entrando a nuevos negocios y categorías.

3) Sustentabilidad: Asegurar el valor de la Compañía con visión de largo plazo, sobre bases de rentabilidad y crecimiento que se mantengan más allá del período de planificación

- a) A nivel interno, esto es el capital humano, el valor de sus marcas, el capital físico y cualquier otro activo, tangible o intangible alojado al interior de la Compañía; y
- b) A nivel externo, esto es el conocimiento y la relación con los clientes y consumidores, proveedores, la sociedad y –en general– con los grupos asociados a la Compañía.

Estos tres Pilares Estratégicos fueron la base del Plan Estratégico 2002-2004, tanto a nivel corporativo como al interior de cada una de las unidades de la Compañía. Estos pilares se mantienen para el Plan Estratégico 2005-2007. Desde el punto de vista de las prioridades, se establecieron las siguientes ponderaciones: **60% Rentabilidad, 20% Crecimiento y 20% Sustentabilidad.** De estas prioridades se derivaron seis Objetivos Estratégicos, los cuales establecieron el marco bajo el cual actuó la Compañía entre los años 2002 y 2004. Estos son:

- 1) Rentabilizar los negocios actuales**
- 2) Crecer e innovar en los negocios actuales**
- 3) Alcanzar excelencia operacional en los procesos de venta y distribución**
- 4) Incrementar el conocimiento de los hábitos y tendencias generales del consumidor y del consumidor específico de cada una de las marcas de la Compañía**
- 5) Implantar una gestión estratégica de recursos humanos**
- 6) Crecer en nuevas categorías y evaluar otros líquidos valorados**



Comité de Dirección de CCU

1. GERENTE GENERAL

Patricio Jottar Nasrallah
Ingeniero Comercial

2. CONTRALOR GENERAL

Dirk Leisewitz Timmermann
Ingeniero Civil Industrial

3. GERENTE DE INGENIERIA

Jorge Aninat Solar
Ingeniero Civil

4. GERENTE DE ADMINISTRACION Y FINANZAS

Ricardo Bartel Jeffery
Ingeniero Civil de Industrias

5. GERENTE DE ASUNTOS CORPORATIVOS

Marisol Bravo Léniz
Ingeniero Comercial

6. GERENTE DE RECURSOS HUMANOS

Pablo De Vescovi Ewing
Ingeniero Comercial

7. GERENTE GENERAL ECUSA

Francisco Diharasarri Domínguez
Ingeniero Civil Industrial

8. GERENTE GENERAL CERVECERA CCU CHILE

Johan Doyer
Ingeniero Civil Industrial

9. GERENTE GENERAL PISCONOR

Alvaro Fernández Fernández
Ingeniero Comercial

10. GERENTE DE DESARROLLO

Hugo Ovando Zalazar
Ingeniero Comercial

11. GERENTE DE TRANSPORTES CCU

Alberto Moreno Figueroa
Ingeniero Civil Industrial

12. GERENTE DE VIÑA SAN PEDRO

Ricardo Reyes Mercandino
Ingeniero Civil de Industrias

13. GERENTE DE ASUNTOS LEGALES

Margarita Sánchez Acevedo
Abogado

14. GERENTE GENERAL CERVECERA CCU ARGENTINA

Fernando Sanchis Sacchi
Contador Público

15. GERENTE DE PLASCO

Santiago Toro Ugarte
Ingeniero Civil Industrial

Realizando una evaluación del Plan Estratégico 2002-2004, se puede concluir que fue un período de importantes avances para CCU, a pesar de que el entorno económico fue menos favorable que el que se había pronosticado originalmente.

El objetivo n°1, rentabilizar los negocios actuales, se cumplió al aumentar el Retorno Sobre el Capital Empleado (ROCE) consolidado después de impuestos de 9,2% el 2001 a 12,8% el 2004, a pesar de la disminución en la rentabilidad del negocio del vino producto principalmente de la apreciación del peso chileno, el cual se ha fortalecido 22,4% durante los dos últimos años.

El objetivo n°2, crecer e innovar en los negocios actuales, se logró ya que la Participación de Mercado Consolidada –la cual considera las participaciones de mercado de todos los negocios en los cuales participa la Compañía en Chile y Argentina, ponderadas por el tamaño de cada mercado– aumentó desde 26% el 2001 hasta 28% en 2004 (ver cuadro) y los volúmenes consolidados pasaron de 9,9 millones de hectólitros el 2001 a 11,3 millones de hectólitros el 2004. Durante los años 2002-2004, se lanzaron diversos productos y empaques en las áreas de negocios tradicionales de CCU, logrando obtener una tasa de innovación sobre el 10% durante todo el período.

Con relación al objetivo n°3, alcanzar excelencia operacional en los procesos de venta y distribución, éste se alcanzó ampliamente. En octubre de 2003 se realizó la primera Convención de Ventas de CCU reuniendo a toda la fuerza de venta de Chile

en un gran evento con los directores y ejecutivos de la Compañía, experiencia que se repitió en septiembre de 2004. Asimismo, se implantó el Plan Punto Máximo, orientado a maximizar la rentabilidad, crecimiento y sustentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando la máxima satisfacción de los clientes y consumidores. En el área de distribución, se automatizó la bodega de Temuco a través del plan piloto del WMS (Warehouse Management System), el cual se extenderá al resto del país luego de evaluar esta experiencia. El programa computacional Roadshow, que optimiza las rutas de distribución, fue instalado en todo el país; en la zona central de Chile comenzó la instalación de sistemas de monitoreo y gestión de flota a través de tecnología GPS. El servicio de distribución mejoró considerablemente al contar con más del 90% de los camiones cerrados. A pesar del aumento del precio del petróleo durante este período, los costos de distribución se mantuvieron prácticamente constantes, reflejando la mayor eficiencia en su operación.

En cuanto al objetivo n°4, incrementar el conocimiento de los hábitos y tendencias generales del consumidor y del consumidor específico de cada una de las marcas de la Compañía, se lograron importantes avances con la implantación del PCC II (Plan de Conocimiento del Consumidor II), el cual consiste en el conocimiento del consumidor de cada producto, empaque y canal. Adicionalmente, el PCC II se incorporó a los procesos directivos de la Compañía a través de su inclusión dentro del Modelo de Preferencias. La Compañía mide trimestralmente el valor de sus marcas a través de la Primera Preferencia, y calcula una Primera Preferencia

Participación de Mercado y Primera Preferencia Consolidadas										
	Cervezas en Chile	Gaseosas	Néctares (2)	Minerales	Pisco	Vino Nacional	Vino Exportación Envasado	Total Chile	Cervezas Argentinas	Total Consolidado
Participación de Mercado Consolidada (1)										
2004	90%	22%	31%	64%	15%	17%	15%	34%	15%	28%
2001	88%	24%	21%	62%	0%	14%	17%	33%	12%	26%
Primera Preferencia Consolidada (1)										
2004	93%	20%	56%	67%	8%	18%	N/A	36%	17%	29%
2001	82%	17%	47%	68%	0%	20%	N/A	32%	12%	26%

(1) Para el cálculo de la Participación de Mercado y Primera Preferencia Consolidadas, se pondera por el tamaño relativo de cada industria sobre el total de las industrias en que participa CCU, generando un indicador integrado y comprensivo que muestra su evolución en el tiempo.

N/A: No aplica

(2) Considera botellas y cajas

Consolidada –utilizando los mismos criterios que para el cálculo de la participación de mercado consolidada– la cual alcanzó a 29% el año 2004, superior a la participación de mercado consolidada (ver cuadro). Esto demuestra el gran activo que tiene CCU en sus marcas, lo que le da sustentabilidad en el largo plazo a la Compañía.

El objetivo n°5, implantar una gestión estratégica de recursos humanos, también se cumplió durante el período 2002-2004. Se implantaron evaluaciones ascendentes, se crearon programas para atraer y retener a destacados jóvenes profesionales, el porcentaje de la remuneración variable dentro de la remuneración total de los trabajadores de CCU aumentó desde 16,0% en 2001 a 18,9% en 2004. Adicionalmente, se comenzó a medir en forma periódica la cultura y el clima organizacional, alcanzando niveles de 84% y 72%, respectivamente. Estas cifras se comparan favorablemente con las obtenidas en las primeras mediciones realizadas el año 2002, las cuales alcanzaron 83% para cultura y 67% para clima organizacional.

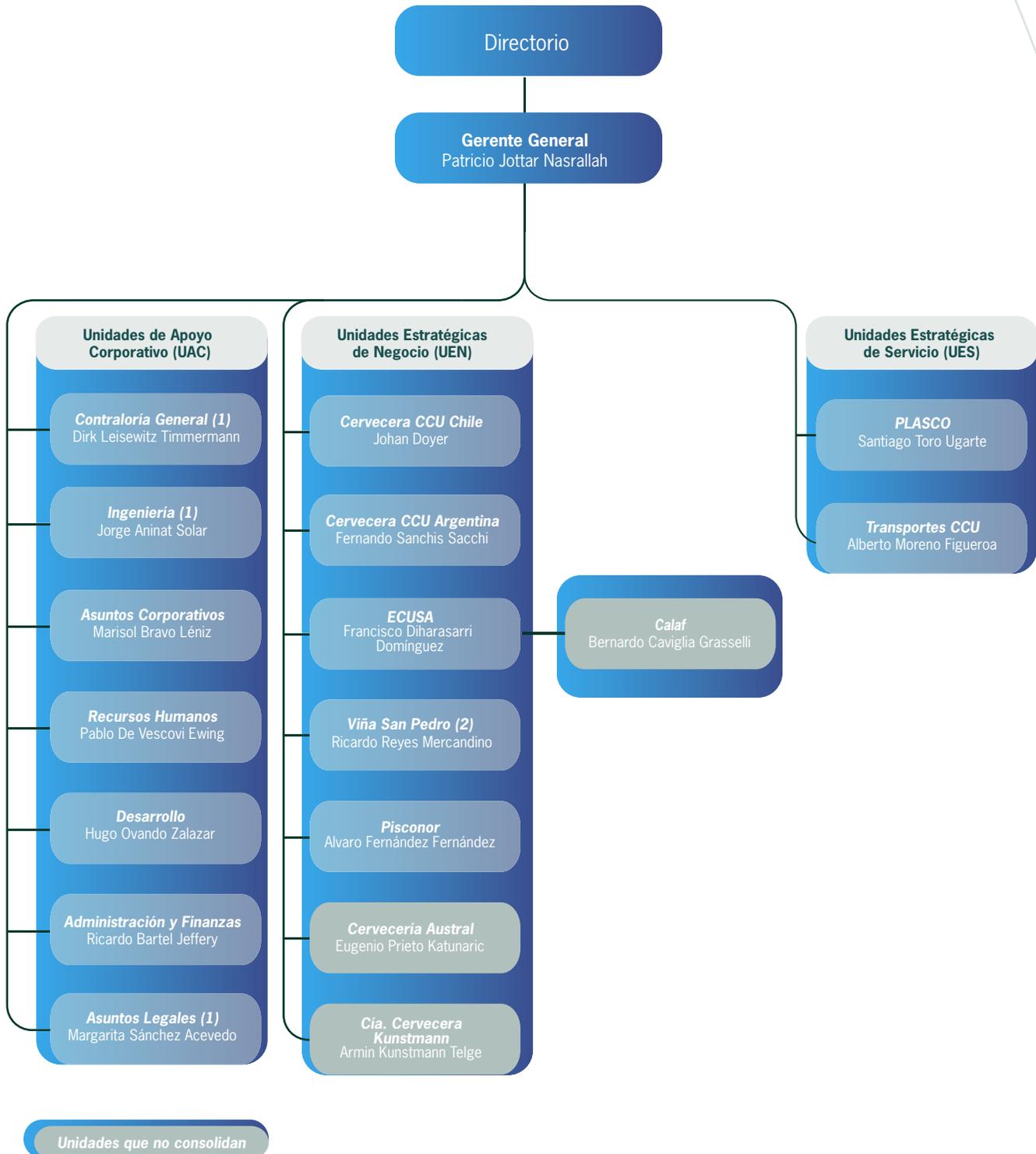
Finalmente el objetivo n°6, crecer en nuevas categorías y evaluar otros líquidos valorados, mostró logros importantes. Entre ellos destaca el crecimiento de la categoría de néctares, la cual aumentó 70,0% sus volúmenes entre 2001 y 2004, la introducción de nuevos productos en la categoría de funcionales, como Kem Xtreme y Gatorade, el ingreso al mercado del pisco –donde Ruta Norte ya es la segunda marca del mercado a menos de dos años de su lanzamiento– y donde la Compañía también participa en los segmentos sour y sour light con Ruta Sour y Ruta Sour Light, respectivamente. Adicionalmente, desde enero de 2004 CCU está incursionando en el mercado de los productos listos para su consumo con la adquisición de Calaf, la cual le abre interesantes perspectivas de crecimiento a la Compañía. Asimismo, Viña San Pedro adquirió la tradicional marca Manquehuito Pop Wine, ampliando su portafolio con vinos espumantes de baja graduación alcohólica y sabores frutales. En su conjunto, estos nuevos productos representaron 5,4% de los volúmenes en 2004, versus 3,3% el año 2001.

Logros del año 2004

En el ámbito corporativo, los principales logros realizados durante el año 2004, en orden cronológico, fueron los siguientes:

- Durante el mes de enero CCU ingresó al negocio de los confites a través de un joint venture con Industria Nacional de Alimentos S.A. Ambas empresas adquirieron los activos de Calaf, empresa con más de un siglo de tradición en esta industria.
- En enero CCU lanzó su libro de historia “CCU 150 Años Abriendo tu Mundo”. Esta importante obra recopila la trayectoria de la Compañía y resalta los aportes realizados por CCU al desarrollo del país durante más de un siglo y medio.
- En el mes de marzo Viña San Pedro inauguró la bodega de Viña Altair en Totihue, destinada a producir vinos íconos y ultra premium. En mayo comenzó la construcción de la bodega de Viña Tabalí en el valle de Limarí donde se producirán vinos ultra premium. Los vinos de ambas viñas comenzaron a comercializarse durante el año 2004.
- Durante el mes de abril, la Compañía publicó su nuevo Código de Etica que reúne todos los principios que orientan la actitud y conducta de cada uno de los empleados de CCU y sus filiales.
- En el mes de mayo quedaron operando todos los sistemas de la Compañía con la nueva versión 8.4 del software PeopleSoft, la cual permite manejarlos a través de Internet.
- En junio, cerveza Cristal logró un hito en la historia publicitaria nacional, al obtener por primera vez para Chile el “Grand Prix de Cannes”, máximo galardón de publicidad a nivel internacional, con la campaña “La Fuerza está con Cerveza Cristal”.
- En el mes de julio comenzó a operar el Plan Punto Máximo en las divisiones de cerveza y pisco en Chile y en agosto se implementó en los segmentos de vino

Estructura Corporativa



(1) A partir de enero de 2005, el Sr. Roelf Duursema asumió la Contraloría General en reemplazo del Sr. Dirk Leisewitz Timmermann, quien asumió la Gerencia Corporativa de Operaciones, con responsabilidad sobre las UAC de Abastecimiento, Ingeniería y Asuntos Legales. En la Gerencia de Asuntos Legales asumió el 1° de febrero la Sra. Marcela Achurra González en reemplazo de la Sra. Margarita Sánchez Acevedo.

(2) Viña San Pedro, además de sus áreas de negocios de exportación y mercado doméstico, tiene como filiales y coligadas a las siguientes compañías: Viña Santa Helena, Finca La Celia, Viña Altair, y Viña Tabali.

y de gaseosas, aguas minerales y néctares. Este Plan está orientado a maximizar la rentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de clientes y consumidores.

- Adicionalmente, ese mes se renovó el contrato de licencia con Watt's Alimentos S.A., para la producción y comercialización de nectar Watt's embotellado en Chile hasta el año 2014, prorrogable automáticamente hasta el año 2023 si se cumplen ciertas condiciones.

- En la primera semana de septiembre se realizó "Máxima Acción", la segunda Convención de Ventas de CCU, la cual reunió a más de 2.000 personas, entre ellas vendedores de todas las unidades de negocio de la Compañía, directores y ejecutivos de CCU, además de los principales clientes de la Compañía. Aquí se presentaron todas las campañas de marketing para la temporada 2004-2005, incluyendo más de 60 nuevos comerciales para televisión.

- En octubre comenzó a operar en el centro de distribución de Temuco el proyecto WMS (Warehouse Management System) que consiste en la administración inteligente de almacenes y en la automatización de la confección de pedidos en las bodegas de la Compañía. Esta primera etapa es un plan piloto que luego se extenderá al resto del país.

- Durante ese mes Viña San Pedro adquirió la tradicional marca Manquehuito Pop Wine, ampliando su gama de productos con estos vinos espumantes de baja graduación alcohólica y sabores frutales. Esta compra también le permitió aumentar su participación en el mercado doméstico en más de un punto.

- En noviembre CCU lanzó la campaña "No Venta de Alcohol a Menores de Edad", como parte de su constante compromiso con el consumo responsable de alcohol. Esta campaña está dirigida a los clientes de la Compañía y muestra la preocupación por la salud y bienestar de la comunidad.

- Adicionalmente, durante noviembre se inauguró la ampliación de la planta de Salta en Argentina, la cual incrementó su capacidad productiva de cerveza.

- Durante los meses de noviembre y diciembre se culminó el refinanciamiento de los principales pasivos de largo plazo de la Compañía, aprovechando las favorables condiciones crediticias vigentes.

- En el mes de diciembre CCU participó en la Teletón, importante obra de beneficencia encargada de los niños minusválidos, como lo ha venido haciendo desde 1978 cuando comenzó esta cruzada a escala nacional. En esta ocasión la Compañía participó con cinco de sus principales marcas: Cristal, Bilz y Pap, Cachantun, Ruta Norte y Gato, entregando un aporte de más de \$300 millones.

- Durante el año CCU continuó innovando en los distintos negocios. En cervezas en Chile se introdujo una nueva botella desechable de un litro para Escudo y Heineken, en gaseosas se lanzó Canada Dry Ginger Ale Light y Nobis, en vinos Santa Helena introdujo los vinos premium Cuatro Estaciones y en pisco se introdujeron Ruta Sour y Ruta Sour Light.

- Durante el año se llevó a cabo el plan de racionalización en Viña San Pedro que permitió revertir la tendencia negativa en sus resultados a pesar del tipo de cambio menor que el año anterior. Este plan consistió en maximizar las eficiencias operativas a través de la racionalización de costos y gastos, la reducción en el número de productos y empaques, la optimización de precios y la focalización de sus esfuerzos en los principales mercados.

- A fines de año quedaron documentados y probados todos los controles internos que afectan a las principales cuentas contables de la Compañía, cumpliendo de esta forma con los requerimientos de la sección 404 de la ley Sarbanes-Oxley de Estados Unidos.

- En diciembre CCU vendió el último sitio que le quedaba en el terreno de la antigua planta cervecera de Santiago, generando un importante ingreso para

la Compañía. En dicho lugar una empresa inmobiliaria construirá un edificio de oficinas, el que una vez concluido será vendido a diversos inversionistas. Uno de ellos se ha comprometido a arrendar, con opción de compra a favor de CCU, parte del inmueble que se llamará Edificio CCU, donde se instalarán las futuras oficinas corporativas de la Compañía.

- Durante el año, el negocio del pisco tuvo un fuerte crecimiento, incrementando sus ventas de 32 mil hectólitros el 2003 a 70 mil hectólitros el 2004, convirtiéndose Ruta Norte en la segunda marca del mercado, a menos de dos años de su lanzamiento.
- Durante el año 2004 se lograron recuperar en parte los precios de la cerveza en Argentina luego de la crisis del año 2002, terminando el año con un precio de US\$37 por hectolitro, comparado con US\$30 a fines de 2003. Los mayores precios, los aumentos en volúmenes y un mejor resultado no operacional, permitieron que CCU Argentina obtuviera una utilidad neta de US\$1,5 millones.
- En la última sesión de directorio del año, se presentó el nuevo Plan Estratégico para el período 2005-2007, el cual se pasa a detallar a continuación.

Conjuntamente con estas actividades concretadas en el ámbito corporativo, cada UEN realizó importantes acciones durante el año. Dichas acciones serán discutidas más adelante en las secciones correspondientes a cada segmento de negocio.

Plan Estratégico 2005-2007

En el mes de diciembre, fue aprobado por el Directorio el nuevo Plan Estratégico para el trienio 2005-2007. Este Plan surgió de la discusión entre el Directorio y los principales ejecutivos de la Compañía, el cual se basa en los mismos Pilares Estratégicos que el Plan 2002-2004, manteniendo sus ponderaciones:

- 1) Rentabilidad (60%)**
- 2) Crecimiento (20%)**
- 3) Sustentabilidad (20%)**

De estos Pilares Estratégicos se derivan seis Objetivos Estratégicos, los cuales establecen el marco bajo el cual actuará la Compañía en los próximos tres años. Estos son:

- 1) Crecer, fortalecer y rentabilizar los negocios cerveceros en Chile y Argentina**
- 2) Rentabilizar el negocio de vinos**
- 3) Excelencia en la ejecución de los procesos comerciales (Plan Punto Máximo)**
- 4) Buscar el liderazgo en todas las ocasiones de consumo de la industria de bebestibles en Chile a través de crecimiento, iniciativas de consolidación y robustecimiento de las marcas claves de la Compañía**
- 5) Desarrollar las capacidades de CCU en la categoría de confites para crear una plataforma de crecimiento futuro en el segmento de los productos listos para su consumo y concentrados**
- 6) Fortalecer el rol de CCU como aval interno de calidad y como aval externo de sus marcas y categorías**

A continuación se detallan estos seis Objetivos Estratégicos:

1) Crecer, fortalecer y rentabilizar los negocios cerveceros en Chile y Argentina:

Mediante la búsqueda de un mayor consumo per capita en Chile y de mejores precios en Argentina, todo en base a la promoción y aumento del valor de las marcas de cervezas en ambos países y la correcta ejecución del Plan Punto Máximo, como se recoge en el objetivo n°3, lo que permitirá construir posiciones sólidas en ambos mercados.

2) Rentabilizar el negocio de vinos: A través del desarrollo y construcción de valor de marca de Viña San Pedro, concentrando los esfuerzos de marketing en mercados claves tales como Chile, Estados Unidos, Reino Unido y países nórdicos.

3) Excelencia en la ejecución de los procesos comerciales (Plan Punto Máximo): El Plan Punto

Máximo será la principal herramienta y fuente de mejoras de la gestión comercial, en términos de rentabilidad, crecimiento y sustentabilidad. A partir de Punto Máximo, explicado más adelante, CCU seguirá aumentando la segmentación de sus clientes y consumidores buscando ejecutar correctamente la estrategia de cada marca en los segmentos relevantes mejorando la propuesta de valor a clientes y consumidores.

4) Buscar el liderazgo en todas las ocasiones de consumo de la industria de bebestibles en Chile a través de crecimiento, iniciativas de consolidación y robustecimiento de las marcas claves de la Compañía: Aumentará la participación en el total de la industria de bebestibles en Chile creciendo en todas las categorías en que participa mediante oportunidades de consolidación y de crecimiento orgánico. En este último caso, la Compañía pondrá foco en fortalecer la posición de sus marcas claves y en crecer en todos los segmentos de alto margen. Se estima que el año 2004 el tamaño de la industria de bebestibles listos para su consumo alcanzó a 200 litros per capita.

5) Desarrollar las capacidades de CCU en la categoría de confites para crear una plataforma

de crecimiento futuro en el segmento de los productos listos para su consumo y concentrados: Aprovechando el potencial de expansión de Calaf, la Compañía buscará consolidar su incursión en snacks dulces y a partir de esto evaluar el ingreso a otras categorías de productos listos para su consumo y concentrados (tales como jugos en polvo, té, café, etc.). Se estima que el tamaño de la industria de concentrados alcanza a 200 litros per capita y que la industria de los productos listos para su consumo llega a los US\$1.000 millones anuales.

6) Fortalecer el rol de CCU como aval interno de calidad y como aval externo de sus marcas y categorías: Profundizará su compromiso de siempre con la calidad mediante la implantación de un nuevo Proceso Directivo de Calidad y Medio Ambiente, el que apoyará los planes estratégicos de las distintas unidades de la Compañía. Adicionalmente, crecerá la relevancia de la marca CCU como aval de todas sus marcas y de las diversas categorías de productos en que participa.

La definición de las metas asociadas al Plan Estratégico 2005-2007 se presenta a continuación, en el cuadro de Indicadores de Gestión consolidado,



(1) Cada indicador se encuentra cuantificado para los años 2005, 2006 y 2007.

(2) Estudio de nivel de servicio a clientes y ejecución de Plan Punto Máximo.

(3) Cumplimiento de atributos técnicos de calidad y percepción de los consumidores sobre la calidad de los productos.

el cual está formado por un conjunto de indicadores de gestión o KPIs (del inglés Key Performance Indicators), consistentes con el Plan Estratégico de la Compañía. Cada indicador está asociado a alguno de los tres Pilares Estratégicos. Estos indicadores son evaluados mensualmente para medir el estado de avance del Plan Estratégico para el período 2005-2007.

Adicionalmente, cada unidad de la Compañía cuenta con su propio Plan Estratégico para el período 2005-2007, los cuales, en su conjunto, permiten el logro de las metas corporativas. Los planes estratégicos de los distintos segmentos de negocios están presentados más adelante en esta memoria.

Modelo de Negocios

El Modelo de Negocios de CCU busca ordenar la gestión de todas sus unidades de modo de crear el máximo valor para sus accionistas a través de satisfacer las necesidades de sus consumidores, clientes, y otros grupos asociados. Dicho modelo se basa en dos grandes componentes: (1) el Diseño Corporativo que facilita a cada una de las unidades de CCU focalizar su atención en el desempeño de funciones alineadas a sus objetivos particulares, y a la vez, capturar sinergias de la operación conjunta y coordinada entre ellas y (2) los Procesos Directivos que permiten diseñar, implementar y controlar planes estratégicos de manera coordinada y homóloga, en diversas dimensiones y alcances para cada una de las unidades de CCU.

Diseño Corporativo

El Diseño Corporativo de CCU busca focalizar a cada unidad en el desempeño de funciones alineadas a sus objetivos particulares, y a la vez, capturar sinergias de la operación conjunta y coordinada entre ellas. Sobre la base de la premisa anterior el Diseño Corporativo de CCU distingue tres tipos de unidades: Unidades Estratégicas de Negocio (UEN), Unidades de Apoyo Corporativo (UAC) y Unidades Estratégicas de Servicio (UES).

La relación entre UES, UAC y UEN es regulada mediante Acuerdos de Nivel de Servicio (ANS) que son contratos anuales que especifican tanto los servicios prestados como las variables de medición del nivel de servicio y el precio de los mismos. El nivel de servicio es evaluado directamente por los usuarios tres veces al año, cualitativa y cuantitativamente.

El objetivo central de las UEN es satisfacer las necesidades de los consumidores y clientes y por tanto focalizan su atención en las funciones de marketing, ventas y producción. Lo anterior permite a las UEN concentrar esfuerzos en tener: publicidad atractiva, ejecución de venta correcta, productos de excelente calidad, marcas con posicionamientos claros y con alta



preferencia, participaciones de mercado crecientes y precios correctos. CCU cuenta con las siguientes UEN: Cervecera CCU Chile, Cervecera CCU Argentina, Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA), Viña San Pedro S.A., Cervecería Austral S.A., Compañía Cervecera Kunstmann S.A. (Kunstmann), Pisconor S.A. (Pisconor) y Calaf S.A. (Calaf).

El objetivo central de las UAC es entregar el nivel de servicio requerido tanto en Servicios Compartidos (servicios que se realizan en forma sinérgica con todas las unidades) como en Servicios Corporativos (servicios para el funcionamiento de CCU como un



todo), capturando sinergias de la gestión centralizada de funciones, para lo cual se organizan focalizando su atención en las funciones de: Contraloría, Administración y Finanzas, Control de Gestión, Desarrollo e Investigación de Mercados, Recursos Humanos, Ingeniería, Asuntos Legales y Asuntos Corporativos.

El objetivo central de las UES es entregar el nivel de servicio requerido en los Servicios Compartidos prestados a las UEN, capturando sinergias de la gestión centralizada de sus respectivas funciones, organizándose en dos unidades principales: Fábrica de Envases Plásticos S.A. (PLASCO), focalizada en las funciones de diseñar y fabricar envases plásticos y Transportes CCU Ltda. (Transportes CCU), focalizada en las funciones de administración de los centros de distribución, logística y despacho a clientes en Chile.

Las UEN, UAC y Transportes CCU reportan al Gerente General de CCU, y PLASCO a un directorio de usuarios que es presidido por este último.

La máxima instancia de toma de decisiones de la Compañía es el Directorio, al cual reporta el Gerente General. Este organismo sesiona mensualmente

y se encuentra constituido por nueve miembros representantes de los accionistas. Asimismo, un número más reducido de directores, junto a algunos ejecutivos, se reúnen mensualmente en el Comité de Negocios. En dicha instancia se revisa la estrategia de la Compañía, las principales iniciativas a emprender y otros hechos de especial relevancia que luego son resueltos por el Directorio.

Conforme a lo establecido por la Ley de Sociedades Anónimas, existe un Comité de Directores formado por tres directores, dos de ellos independientes del accionista controlador, y uno vinculado a este último. Las principales funciones de este Comité son: revisar los informes de los auditores independientes y los estados financieros antes de ser sometidos a la junta de accionistas; proponer al Directorio los auditores independientes y clasificadores de riesgo de la Compañía; revisar acuerdos o contratos en los cuales algún director pueda tener participación y aquellos entre empresas relacionadas. Asimismo, el Comité de Directores debe examinar las políticas de remuneraciones y compensaciones de los gerentes y ejecutivos principales de la Compañía, y cualquier otra función que definan los estatutos de la Compañía, o que le solicite la junta de accionistas o el Directorio.

El máximo órgano de dirección en el ámbito de la administración de la Compañía es el Comité de Dirección, el cual está formado por los gerentes de las UEN, las UAC y UES, siendo presidido por el Gerente General. Dicho Comité sesiona mensualmente para elaborar, y luego implantar, los planes estratégicos de la Compañía, una vez que éstos son aprobados por el Directorio.

CCU está constantemente preocupada de ser lo más transparente y abierta con sus accionistas y la comunidad en general. Algunos ejemplos en este sentido son los siguientes:

1) En sus memorias anuales, la Compañía da a conocer sus planes estratégicos trianuales, tanto a nivel consolidado como de cada segmento de negocios. Asimismo, anualmente se revisan el estado de avance del Plan Estratégico y sus logros.

2) La Compañía entrega trimestralmente un detallado análisis de sus resultados por cada área de negocios, luego de los cuales el Gerente General realiza una conferencia telefónica donde explica los lineamientos estratégicos de CCU y responde las consultas de analistas e inversionistas.

3) Adicionalmente, la Compañía hace públicos sus volúmenes de ventas durante los primeros días del trimestre siguiente.

4) CCU participa en diversas conferencias y realiza “roadshows” anualmente, tanto en Estados Unidos como en Europa. Asimismo, recibe a innumerables inversionistas y analistas durante el año.

Esta apertura hacia el mercado y su estructura corporativa demuestran que la Compañía cuenta con un adecuado gobierno corporativo que busque maximizar el retorno de todos los accionistas de CCU.

Procesos Directivos

En CCU, todos los procesos que ordenan la toma de decisiones de alto nivel, desde la definición de planes estratégicos para entregar más valor a

consumidores y clientes, hasta las decisiones de inversión de toda índole toman la forma de alguno de los cinco Procesos Directivos de CCU, estos son: (1) Proceso de Plan Estratégico, (2) Proceso de Modelo de Preferencia, (3) Proceso de Recursos Humanos, (4) Proceso de Presupuesto Operativo y (5) Proceso de Presupuesto de Inversiones.

Todas las unidades de CCU ordenan su gestión en torno a estos cinco Procesos Directivos mediante actividades definidas y agendadas en detalle con un año de anticipación, asegurando que las decisiones de alto nivel se ordenan y planifican para garantizar el mismo estándar y rigurosidad en la gestión.

Adicionalmente, es parte integral de cada proceso la definición y control de Indicadores de Gestión o KPIs que permiten medir y gestionar los avances de los Planes Estratégicos y presupuestos operativos de CCU y sus unidades a través de paneles de control o balanced scorecards.

De acuerdo al Plan Estratégico 2005-2007, los principales KPIs que utilizarán las UEN en la medición de su gestión serán: el ROCE, el EBITDA, los volúmenes de Cristal, Bilz y Pap y pisco, el precio de vinos de exportación, la participación de mercado, el margen directo de los productos de alto margen, la Primera Preferencia por sus marcas, el nivel de satisfacción de clientes, la calidad y el clima organizacional. A su vez, los principales KPIs que utilizarán las UAC en la medición de su gestión serán: el nivel de gastos sobre margen directo, el nivel de servicio interno (ANSs) y el clima organizacional al interior de la UAC. Finalmente, los principales KPIs que utilizaron las UES en la medición de su gestión serán: el nivel de gastos sobre margen directo, el nivel de satisfacción de clientes, el nivel de servicio interno (ANSs) y el clima organizacional al interior de las UES.

Asimismo, para garantizar prácticas de gestión homólogas a lo largo de CCU los Procesos Directivos son dirigidos centralmente, contando en cada caso con un Coordinador Principal de Proceso Directivo y con un Coordinador Secundario, de apoyo al anterior para garantizar la coordinación exitosa de

estos procesos en todas las unidades de CCU. A su vez, los responsables de la gestión exitosa de los Procesos Directivos al interior de cada unidad son los gerentes a cargo de ellas, ya sean estas UEN, UES o UAC. Todo lo anterior constituye un proceso formal de gestión, a lo que se le agrega la flexibilidad y capacidad de respuesta en el día a día de todas las unidades producto de la focalización de funciones que provee el Diseño Corporativo de CCU.

El Proceso de Plan

Estratégico define para UEN, UES y UAC, Objetivos Estratégicos a tres años y Prioridades Estratégicas a un año. En su conjunto, los KPIs que miden el avance del Plan Estratégico Corporativo se definen en función de los Objetivos y Prioridades Estratégicas de cada ejercicio, y en cada unidad a partir de la función y de los Objetivos Estratégicos particulares de cada una de ellas. El Coordinador Principal de este Proceso es el Gerente de Desarrollo y el Coordinador Secundario el Subgerente de Planificación Estratégica.

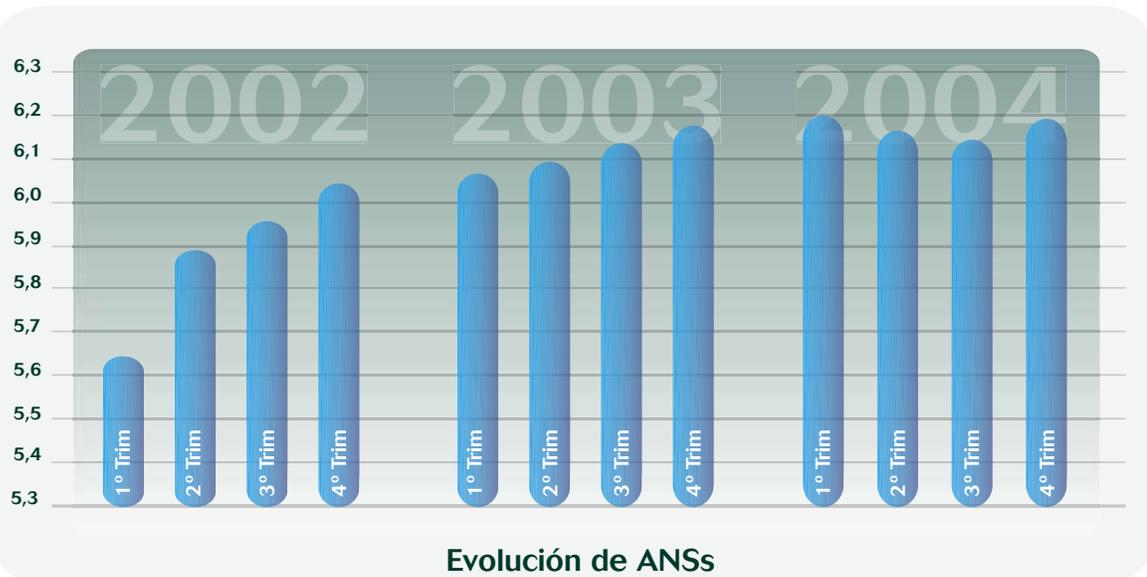
El Proceso de Modelo de Preferencia define y controla para las UEN objetivos: publicitarios, de

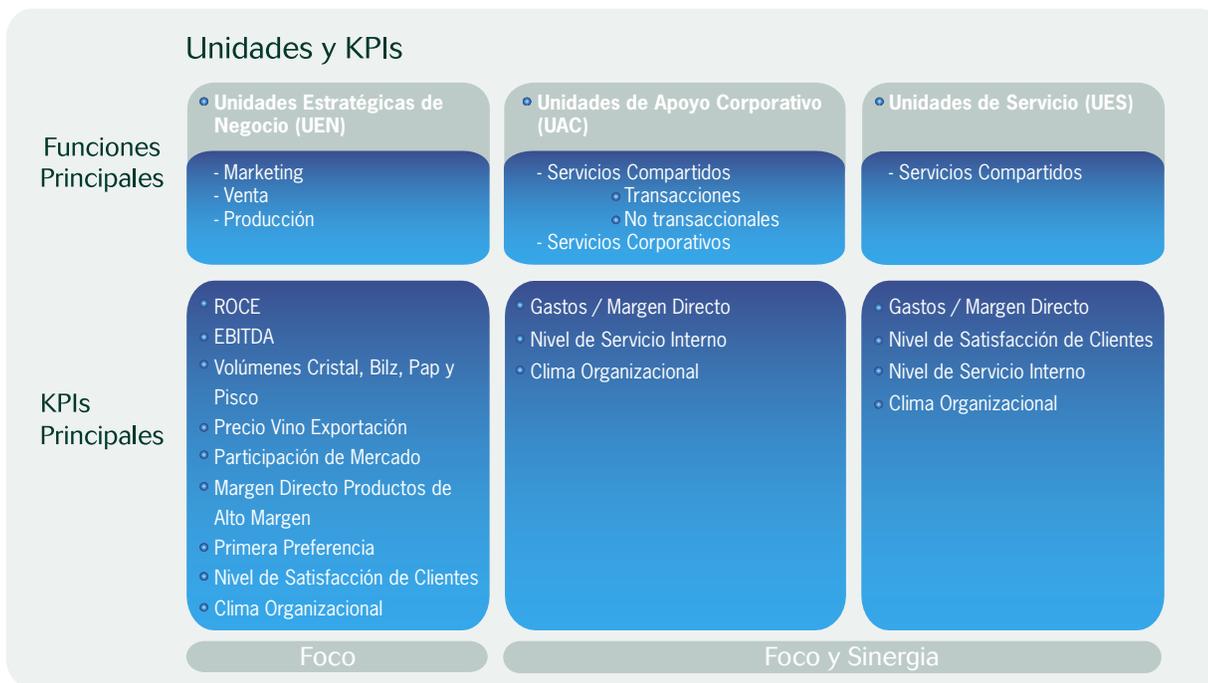
punto de venta, de producto, de posicionamiento y preferencia de marca, de participación de mercado y de precio. Las UEN focalizan su atención en la gestión de estas siete dimensiones para cada una de sus marcas buscando entregar más valor a consumidores y clientes, en este sentido el Proceso de Modelo de Preferencia constituye para cada UEN el fundamento de su Plan Estratégico individual. El Coordinador Principal de este Proceso es el Gerente de Desarrollo y el Coordinador Secundario el Gerente de Investigación de Mercado.

El Proceso de Recursos Humanos

define y controla para UEN, UAC y UES: los sistemas de incentivos, la gestión del talento, la cultura y el clima organizacional, el tamaño de la fuerza laboral y el presupuesto de remuneraciones. El Coordinador Principal de este Proceso es el Gerente de Recursos Humanos y el Coordinador Secundario el Jefe de Proceso Directivo de Recursos Humanos.

El Proceso de Presupuesto Operativo define y controla para UEN, UAC y UES el Presupuesto Operativo de cada una de ellas. El Coordinador





Principal de este Proceso es el Gerente de Administración y Finanzas y el Coordinador Secundario el Gerente de Planificación y Control Financiero.

El Proceso de Presupuesto de Inversiones define y controla para UEN, UAC y UES el presupuesto de inversiones de cada una de ellas. El Coordinador Principal de este Proceso es el Contralor General y el Coordinador Secundario el Gerente de Abastecimientos.

Perfeccionamiento de los Procesos Directivos

1) Plan Punto Máximo

En octubre de 2003, durante la Primera Convención Anual de Ventas de CCU, se lanzó el Plan Punto Máximo, orientado a maximizar la rentabilidad, crecimiento y sustentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de los clientes y consumidores.

El Plan Punto Máximo contempla los siguientes cuatro elementos:

- **Máxima segmentación**
- **Máxima ejecución**
- **Máximo margen**
- **Máxima satisfacción**

Máxima segmentación: Consiste en agrupar a los clientes y consumidores en segmentos que identifiquen los productos, empaques, precios, merchandising y nivel de servicio adecuados a sus necesidades particulares.

Máxima ejecución: Consiste en ejecutar en cada segmento según los estándares definidos en términos de producto, empaque, precio, merchandising y nivel de servicio.

Máximo margen: Consiste en maximizar el margen del conjunto de productos vendidos en cada segmento.

Máxima satisfacción: Consiste en satisfacer cada segmento de consumidores y clientes adecuadamente.

Inicialmente se segmentaron todos los clientes de la Compañía basados en tres dimensiones: ocasión de consumo, importancia del cliente y nivel

socioeconómico de los consumidores finales. Se identificaron 35 segmentos para cada una de las tres regiones del país, norte, centro y sur. Una vez definidos los segmentos se determinó qué productos debe tener cada uno, a qué precio y en qué formatos y cuáles no debe tener. Adicionalmente, se definió el material de promoción, la frecuencia de visita y la forma en que los productos deben ser exhibidos en cada punto de venta.

Esta información fue incorporada en las computadoras portátiles de los vendedores a través de un software desarrollado internamente que además le permite saber al vendedor cuán cerca o cuán lejos está de su meta comercial cada vez que efectúa una venta. Esta herramienta es muy útil ya que el sistema de compensación de los vendedores se modificó de forma tal de considerar no solamente los volúmenes vendidos sino que también el margen generado y la ejecución en el punto de venta.

El Plan Punto Máximo comenzó implantándose en el mes de julio de 2004 con la fuerza de venta de cerveza y luego le siguieron gaseosas y vino en agosto.

2) Nuevo Proceso de Calidad y Medio Ambiente:

El nuevo Plan Estratégico para el período 2005-2007 incorporó un sexto proceso directivo, el de Calidad y Medio Ambiente. Este proceso define y controla para UEN y UES actividades, metas y compromisos de calidad (plantas, procesos y productos) y de medio ambiente. El Coordinador Principal de este Proceso es el Contralor General y el Coordinador Secundario el Gerente Corporativo de Aseguramiento de Calidad.

Resultado Financiero Consolidado

Durante el año 2004 la Compañía aumentó sus ventas 6,9%, las que llegaron a \$420.638 millones. Esta variación se explica principalmente por un incremento de 4,2% en los volúmenes consolidados

y mayores precios promedio. Los mayores volúmenes fueron consecuencia, esencialmente del crecimiento de cervezas en Argentina y Chile, minerales, gaseosas, néctares y vinos de exportación envasados desde Chile, los cuales se incrementaron 10,4%, 2,4%, 6,8%, 1,4%, 12,6% y 2,1%, respectivamente. Asimismo, el aumento en los volúmenes se explica por el negocio del pisco, el cual creció 118,8%. Los crecimientos antes mencionados estuvieron parcialmente compensados por vinos en Argentina y en el mercado doméstico chileno que disminuyeron 32,5% y 0,3%, respectivamente, debido al mayor foco puesto por Viña San Pedro en rentabilizar esos mercados por la vía de mejores márgenes. Los mayores precios se explican por cervezas, tanto en Chile como en Argentina, néctares, vino doméstico y vino en Argentina.

En cuanto a los costos de explotación consolidados, éstos crecieron 4,5% alcanzando \$202.622 millones, disminuyendo de 49,3% a 48,2% con relación a las ventas. Este incremento en los costos de explotación se debe principalmente al ingreso al negocio del pisco y al negocio de cervezas en Argentina.

Como consecuencia de los mayores ingresos de explotación, que fueron en parte compensados por mayores costos de explotación, el margen de explotación alcanzó a \$218.016 millones, 9,2% superior al obtenido el año anterior.

Por su parte, los gastos de administración y ventas aumentaron 4,3%, alcanzando a \$159.309 millones. Sin embargo, como porcentaje de las ventas, disminuyeron de 38,8% el 2003 a 37,9% el 2004. Este incremento en los gastos de administración y ventas se explica principalmente por los negocios de cerveza tanto en Chile como en Argentina y por el negocio de pisco.

El resultado operacional consolidado aumentó 24,9%, alcanzando a \$58.707 millones, como resultado de los mayores ingresos y los menores costos de explotación y gastos de administración y ventas como porcentaje de las ventas.

En cuanto al resultado no operacional, éste registró una pérdida de \$6.178 millones, que se compara con una utilidad de \$13.941 millones obtenida el año 2003. Este resultado se explica principalmente por la utilidad extraordinaria generada el año 2003 por la venta de la participación que poseía la Compañía en la cervecera croata Karlovacka Pivovara d.d.

Como consecuencia de lo anterior, la utilidad neta alcanzó a \$45.394 millones durante el año 2004, 18,1% menor que la registrada el año anterior, debido principalmente al menor resultado no operacional, mayores impuestos y mayor interés minoritario, parcialmente compensados por un mejor resultado operacional.

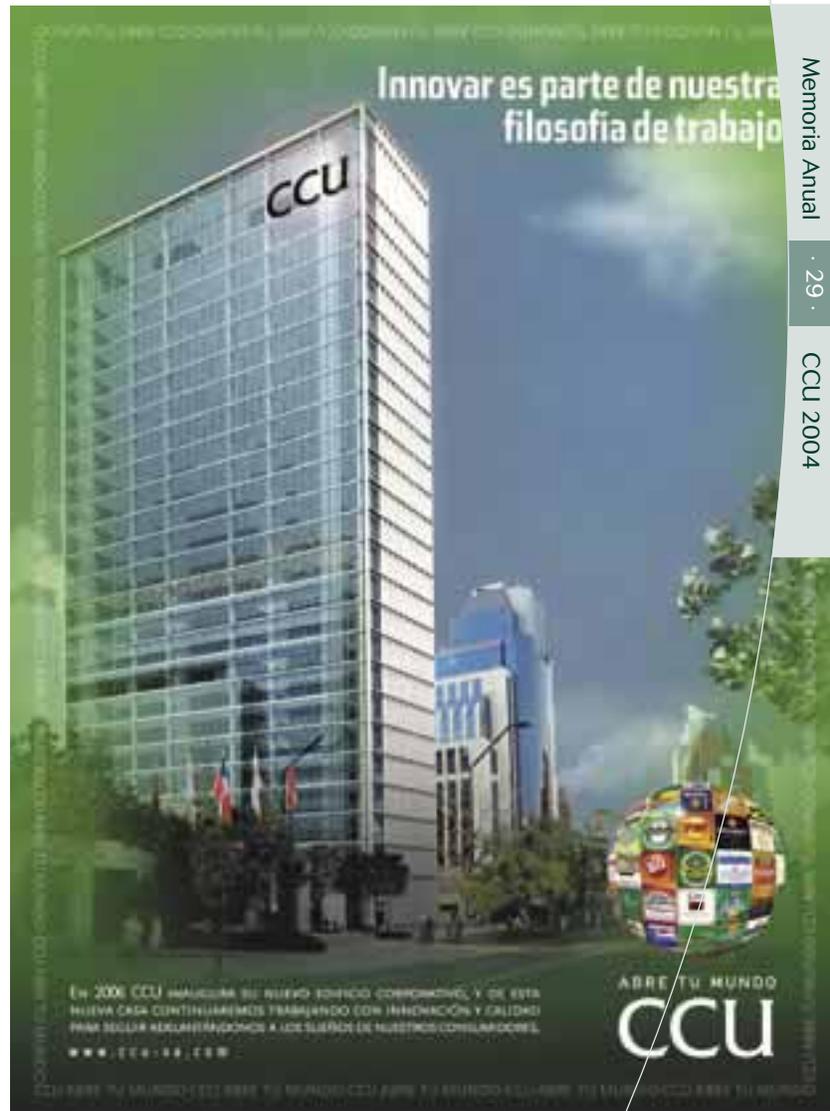
El EBITDA (“earnings before interests, taxes, depreciation and amortization”, utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización, y que se calcula como el resultado operacional más depreciación y amortización operacional) que mide el flujo de caja operacional generado por la Compañía, alcanzó a \$98.555 millones durante el año 2004, 11,3% superior al registrado el 2003.

Información Financiera Según Segmentos de Negocio

En la tabla siguiente, los resultados operacionales son separados en cuatro segmentos de negocios principales, “cervezas en Chile”, “gaseosas, aguas minerales y néctares”, “cervezas en Argentina” y “vinos”. Una quinta categoría, “otros”, incluye los resultados operacionales de la división de envases plásticos (PLASCO), del negocio de pisco y de las ventas de confites realizadas por ECUSA. 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 producto, incluyendo no sólo la utilidad de Viña San Pedro S.A. sino también aquella generada por CCU Chile y CCU Argentina en la distribución de estos productos. Adicionalmente, los gastos de administración y ventas de cada segmento incluyen gastos generales de la matriz, los que son asignados con criterios que buscan reflejar el uso de estos servicios por parte de cada segmento. Lo mismo ocurre con los volúmenes de venta; por ejemplo, los volúmenes del segmento vino, no coinciden con los de VSP, pues no consideran las ventas a filiales que a su vez no se concretan en ventas a terceros.



Maqueta del futuro Edificio CCU, donde estarán las oficinas corporativas de la Compañía, el cual se construye en el último sitio que CCU poseía en el terreno de la antigua planta cervecera de Santiago. La primera piedra de este inmueble fue colocada el 14 de marzo de 2005.

Resultados Consolidados				
	2004	2003	2002	2001
Ingresos de Explotación				
Cervezas en Chile	163.280	153.414	139.215	138.615
Cervezas en Argentina	40.139	32.365	25.758	56.653
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	120.375	118.179	114.699	115.683
Vinos	81.990	84.632	77.815	72.045
Otros	14.854	5.076	596	444
Total	420.638	393.666	358.083	383.440
Costos de Explotación				
Cervezas en Chile	(60.790)	(60.761)	(58.721)	(56.272)
Cervezas en Argentina	(21.427)	(19.604)	(19.852)	(29.763)
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	(56.825)	(56.668)	(53.504)	(55.809)
Vinos	(55.156)	(56.954)	(48.454)	(45.020)
Otros	(8.424)	53	4.071	5.506
Total	(202.622)	(193.934)	(176.461)	(181.358)
Gastos de Administración y Ventas				
Cervezas en Chile	(57.497)	(52.883)	(50.146)	(51.538)
Cervezas en Argentina	(18.860)	(16.334)	(17.350)	(34.125)
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	(55.044)	(54.380)	(53.097)	(50.774)
Vinos	(22.079)	(24.145)	(20.310)	(17.108)
Otros	(5.829)	(4.981)	(1.624)	(1.991)
Total	(159.309)	(152.722)	(142.527)	(155.536)
Resultado Operacional				
Cervezas en Chile	44.993	39.771	30.348	30.805
Cervezas en Argentina	(148)	(3.573)	(11.444)	(7.235)
Bebidas Gaseosas y Aguas Minerales	8.506	7.131	8.097	9.100
Vinos	4.755	3.532	9.052	9.918
Otros	601	148	3.042	3.958
Total	58.707	47.009	39.095	46.547
Margen Operacional	14,0%	11,9%	10,9%	12,1%
Resultado No Operacional				
Ingresos Financieros	111	2.592	1.693	3.655
Utilidad Inversión en Empresas Relacionadas	240	20.233	892	736
Otros Ingresos fuera de la Explotación	3.982	2.051	3.538	20.103
Amortización Menor Valor de Inversiones	(2.178)	(2.273)	(2.654)	(2.550)
Gastos Financieros	(5.930)	(5.803)	(3.968)	(6.619)
Otros Egresos Fuera de la Explotación	(2.457)	(4.153)	(3.007)	(8.861)
Corrección Monetaria y Diferencias de Cambio	54	1.293	(3.804)	(2.558)
Total	(6.178)	13.941	(7.309)	3.906
Impuesto a la Renta	(5.899)	(5.101)	(7.699)	(7.620)
Interés Minoritario	(1.275)	(450)	(1.296)	(1.959)
Amortización Mayor Valor de Inversiones	39	42	51	48
Utilidad del Ejercicio	45.394	55.440	22.843	40.922
Otros Datos Relevantes				
Volumen de Venta (miles de hectólitros) (*)	11.315	10.862	10.132	9.877
EBITDA (resultado operacional + depreciación + amortización)	98.555	88.574	84.054	89.821
Margen EBITDA	23,4%	22,5%	23,5%	23,4%

(Cifras en millones de pesos chilenos al 31 de diciembre 2004)

(*) No incluye confites ni vino a granel

CCU: una empresa que potencia un mejor vivir

Innovación, Calidad, Acción Inspiradora y Responsabilidad Social son los valores que guían el accionar de CCU cruzando en forma transversal todas las áreas, negocios y procesos conduciendo a la Compañía hacia una visión común.

1. Innovación

Atentos a los requerimientos y gustos de nuestros consumidores, buscamos entregarles siempre nuevos productos, empaques y formatos orientados a las distintas ocasiones de consumo y a los gustos cada vez más diversos de las personas.

2. Calidad

La calidad está siempre presente en CCU, esto se refleja en sus procesos productivos, sistemas de administración y comercialización, campañas de marketing y portafolio de productos. Es el sello de las relaciones con sus clientes, proveedores, trabajadores, accionistas, inversionistas y consumidores.

3. Acción Inspiradora

CCU inspira a sus consumidores a elegir libremente, de manera informada y responsable, entre su variada oferta de productos para todas las ocasiones de consumo. CCU apoya a sus clientes potenciando sus capacidades y el trabajo conjunto; motiva a su gente a dar lo mejor de sí promoviendo su desarrollo integral.

4. Responsabilidad Social



Para CCU ser una empresa socialmente responsable es una opción que toma libremente y que trasciende a la obligatoriedad eventualmente impuesta por una legislación adoptando políticas y acciones que potencien un mejor vivir. Es un sello de calidad exigido por todos los públicos con que interactúa: inversionistas, consumidores, comunidad, socios comerciales, proveedores, autoridades e instituciones con las que se relaciona.

En las últimas páginas de esta Memoria se incluye el Informe Social que describe la relación de CCU con sus públicos y su contribución al progreso de cada uno.

En esta memoria se incluye, por segunda vez, el Informe Social CCU 2004, en el que se describe la relación de CCU con sus públicos y su contribución al progreso de cada uno. (páginas 230 a 288)

La gente de CCU es su motor de desarrollo, por eso se preocupa de capacitarla, de su seguridad y de que exista un clima y cultura que conduzcan al desarrollo conjunto.

Por su parte, su política medioambiental refleja el compromiso de CCU con el medioambiente y una sólida cultura de calidad aseguran la excelencia en todos los procesos y productos de CCU.

Así, mediante una alianza de colaboración con proveedores, una sólida relación con los clientes e interés permanente en los consumidores, la

Compañía ha construido una historia de estrechos lazos con todos los actores que participan en el mundo de CCU.

CCU busca potenciar un mejor vivir focalizando sus esfuerzos en cuatro líneas de acción: Promoción del Consumo Responsable de Alcohol, Acercar el Arte a la Gente, Apoyo Solidario y Fomento del Deporte.

CCU Y EL CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL

CCU es una empresa que participa en la industria de bebestibles siendo uno de sus negocios las bebidas con alcohol. En el marco de su compromiso de informar sobre el correcto consumo de sus productos, en 2000 nace el programa "Educar en Familia" cuyo objetivo es evitar el consumo de alcohol en menores de edad.

Este taller gratuito organizado por CCU y conducido por especialistas, está orientado a entregar información a padres y madres de preadolescentes para apoyar su rol formativo promoviendo una forma de beber responsable con base en la correcta información y el diálogo.

En 2002 comienza el curso de **"Monitores de Educar en Familia"** que capacita a profesores y apoderados para que repliquen el taller. Los resultados de sucesivas evaluaciones muestran que aquellas familias que han asistido a "Educar en Familia" han conversado con sus hijos respecto del consumo de alcohol pues se sienten más preparados al contar con la información necesaria.

Hasta la fecha, 250 colegios han participado en esta iniciativa alcanzando a 20.000 familias.

Por otra parte, en 2004 se realizó un programa de capacitación interna en el que participaron 700 trabajadores de CCU.

Además, en el mes de septiembre, CCU realiza la campaña "En estas Fiestas Patrias sea Responsable" en conjunto con Carabineros. En ella se entrega en todo el país información sobre consumo responsable de alcohol fomentando un comportamiento adecuado de automovilistas, peatones y ciclistas. Las marcas de CCU también realizan acciones

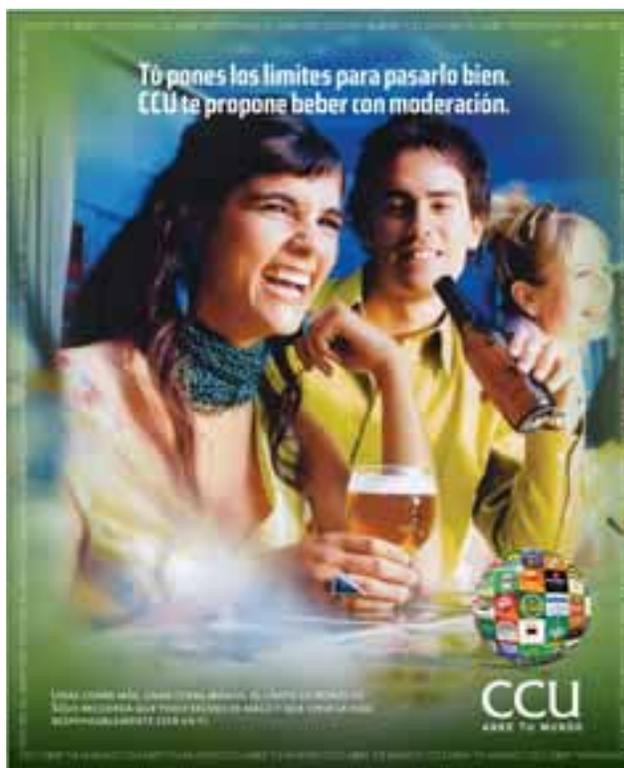
orientadas a promover un consumo responsable de alcohol como la campaña "Pasa las llaves" que realiza Cristal desde 1994.

Campaña No Venta de Alcohol a Menores de Edad

En línea con su política de consumo responsable de alcohol y como una forma de crear conciencia en la comunidad respecto a que los menores de edad no deben consumir bebidas con alcohol, CCU lanzó en 2004 la campaña **"No**

Venta de Alcohol a Menores" destinada a 20.000 clientes de botillerías, almacenes y mayoristas de todo el país.

El objetivo es que los comerciantes incorporen en sus locales un distintivo con la leyenda "Aquí no vendemos alcohol a menores de edad" de manera que los menores de 18 años sepan que no pueden comprar alcohol en esos lugares.



Paralelamente, se entrega información sobre las implicancias de la ley 19.925 y explicando la importancia de exigir carné de identidad al momento de la venta.

CCU y EL DEPORTE

Apoyar el desarrollo deportivo de los escolares, difundir los valores y beneficios de la práctica de ejercicio y colaborar con la rehabilitación de los discapacitados a través de la actividad física son los objetivos del programa “CCU en el Deporte”. Con tres extensiones destinadas a colegios municipalizados, universidades e Institutos Teletón, “CCU en el Deporte” es una invitación a mejorar la calidad de vida de las personas.

En 2004, 60 colegios de Santiago recibieron implementación deportiva. Asimismo, CCU entregó artículos deportivos a los Institutos Teletón de Antofagasta y Temuco. Por último, a través de charlas sobre nutrición, prevención del sedentarismo o simples ideas sobre cómo llevar una vida más sana, “CCU en el Deporte” llegó a las universidades Católica, de Chile, de Los Andes y Adolfo Ibáñez.

CCU apoya desde 2003 la prometedora carrera del tenista en silla de ruedas Robinson Méndez que en 2004 participó en los Juegos Paraolímpicos de Atenas y disputó cuatro finales en campeonatos internacionales. Su esfuerzo lo catapultó 80 puestos en el ranking internacional del Tenis en Silla de Ruedas y hoy es el mejor tenista de Iberoamérica y 34 a nivel mundial.

CCU ACERCA LA CULTURA A LA GENTE

“Acercar la Cultura a la Gente” es el compromiso de CCU. La Colección Pictórica CCU cuenta con más de 200 obras de destacados artistas chilenos contemporáneos que recorren salas y galerías del país. Además, están disponibles para ser conocidas por todos en el Museo Virtual CCU en www.ccu.cl.

El programa “CCU en la Cultura”, anualmente realiza exposiciones itinerantes en regiones, municipalidades,



colegios, bares y restaurantes como una forma concreta de llevar el arte a los lugares que visita la gente.

CCU y EL APOYO SOLIDARIO

CCU orienta sus acciones solidarias hacia la educación que es la principal fuente de desarrollo de las personas y de la comunidad. En este espíritu mantiene un plan anual de donaciones destinado a apoyar, financieramente o a través de becas, a organizaciones y fundaciones educativas.

Así, el voluntariado corporativo se vive todas las primaveras en el “Mes de la Solidaridad CCU” donde gente de CCU visita hogares de menores aportando al mejoramiento de la calidad de vida de cientos de niños de las regiones II, Metropolitana, VII y IX. Además, en la campaña Un Techo para Chile, los trabajadores y sus familias construyen mediaguas en diferentes sectores de la capital.

Además, a través del programa “Compartir con un Amigo” CCU y sus filiales apadrinan hogares de menores entregando su apoyo en campañas de recolección de útiles escolares, alimentos no perecibles y regalos de Navidad.

Desde la primera Teletón, CCU ha estado apoyando esta cruzada solidaria. En 1978 Cristal fue pionera y siempre ha estado presente, en 2004 fueron cinco las marcas que participaron: Cachantun, Ruta Norte, Gato y Bilz y Pap. Con un aporte consolidado de más de \$300 millones, CCU se ubicó entre las cinco empresas que más donaron a la campaña y la primera en el rubro de consumo masivo.





CERVEZAS EN CHILE

Plan Estratégico

CCU es líder en la industria cervecera en Chile, donde posee alrededor de 90% de participación de mercado. Por esta razón, la Compañía realiza esfuerzos para aumentar el consumo per capita de cerveza, a través de la implantación del Plan ACC (Aumento de Consumo de Cerveza). Este Plan contempla un conjunto de medidas estratégicas, entre ellas, el desarrollo de nuevos productos, empaques y canales de distribución. Su objetivo es aumentar las ocasiones de consumo y atraer a nuevos consumidores a través de planes comerciales y ejecución en cada punto de venta, fortaleciendo sus marcas tradicionales y la lealtad y preferencia de sus consumidores.

Durante el año 2003 fructificaron las iniciativas del Plan ACC emprendidas los años anteriores, reflejándose en un aumento de los volúmenes de cerveza de 6,0% ese año. Durante 2004 esta tendencia positiva continuó, incrementándose los volúmenes 2,4%. Si se consideran las ventas valoradas, éstas crecieron 10,2% y 6,4% los años 2003 y 2004, respectivamente, aumentando más que el PIB en ambos años. Como parte del Plan ACC, los años 2003 y 2004 fueron denominados los “Años del Punto de Venta”.

Como parte de los “Años del Punto de Venta”, durante los últimos dos años se desarrolló el Plan Punto Máximo, orientado a maximizar la rentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de los clientes y consumidores.

En junio, cerveza Cristal logró un hito en la historia publicitaria chilena, al obtener el “Grand Prix de Cannes” Categoría Medios, máximo galardón de publicidad a nivel internacional, con la campaña “La Fuerza está con Cerveza Cristal”. Este premio corona la exitosa trayectoria de cerveza Cristal en materia de publicidad y su constante innovación en esta área.

A comienzos de septiembre se realizó “Máxima Acción”, la segunda Convención de Ventas Punto Máximo de CCU, la cual reunió a más de 2.000 personas, entre ellas vendedores de todas las unidades de negocio de la Compañía, directores y ejecutivos de CCU, además de los principales clientes de la Compañía. Aquí se presentaron todas las campañas de marketing para la temporada 2004-2005, incluyendo más de 60 nuevos comerciales para televisión.

Durante 2004, el segmento de cervezas premium de CCU ha tenido un desarrollo muy importante, aumentando su ponderación en el mix de venta de la Compañía de 5,9% el 2003 a 8,3% el 2004. En este segmento destaca el crecimiento de Heineken que el año 2003 se vendió durante seis meses solamente, y Kunstmann, la cual más que duplicó sus volúmenes en relación a 2003. El segmento premium representa alrededor de 8% del mercado de cerveza en Chile, en el cual CCU también posee una participación de alrededor de 90%.

En septiembre, CCU incorporó Kunstmann Miel al portafolio de productos premium, distinguiéndose por su calidad y característico sabor y aroma a miel.

La segunda marca del mercado nacional, Escudo, ha tenido un desempeño muy favorable, incrementando sus volúmenes 18,7%. Este crecimiento se explica por la consistencia del mensaje a sus consumidores.

Durante el año, tanto Escudo como Heineken, incorporaron un nuevo envase de un litro





Contribución a los Ingresos de Explotación Consolidados

Contribución al Resultado Operacional Consolidado

Contribución al EBITDA Consolidado

desechable, ampliando su oferta a nivel nacional y atendiendo nuevas ocasiones de consumo. Asimismo, Lemon Stones fue relanzada con una renovada imagen gráfica.

ROCE

El retorno generado sobre el capital empleado en este segmento llegó a 31,4% durante 2004, 5,8 puntos porcentuales sobre el valor alcanzado el año 2003. Esta mejoría se explica por el crecimiento en los volúmenes y precios de cervezas en Chile como resultado de las iniciativas del Plan ACC y de la positiva evolución del consumo privado en Chile, además de los menores costos producto de la apreciación del peso chileno.

Marcas

Uno de los tres Pilares Estratégicos de CCU es la Sustentabilidad, dentro de ello juega un rol primordial construir y preservar el valor de las marcas, factor que ha jugado

un papel fundamental en su consolidación como líder en la industria cervecera chilena. Son sus marcas las que poseen la más alta preferencia y recordación en el mercado, y le confieren a la Compañía alrededor de 90% de participación de mercado.

CCU posee un amplio portafolio de productos, el cual le permite llegar a todos los segmentos de consumo con sus distintas marcas. Cristal, Escudo y Morenita lideran el segmento masivo. En el segmento premium la Compañía cuenta con marcas internacionales tales como Heineken,



Participación de Mercado (%)



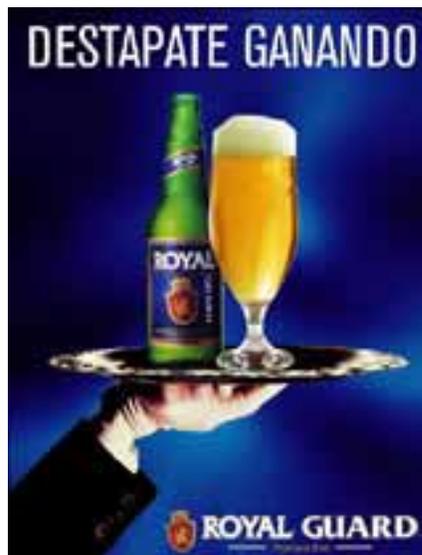
Budweiser y Paulaner, además de las principales marcas premium nacionales: Royal, Austral y Kunstmann. Asimismo, participa en el segmento de conveniencia con Dorada. Por último, la cerveza especial Lemon Stones, cerveza con sabor y 2,5° de alcohol, pertenece a un segmento desarrollado para la incorporación de nuevos consumidores.

Cerveza Cristal, como se mencionó anteriormente, logró un hito en la historia publicitaria nacional al obtener por primera vez para Chile el “Grand Prix de Cannes”, máximo galardón de publicidad a nivel mundial, con la campaña “La Fuerza está con Cerveza Cristal”. Esta campaña recibió el

premio “León de Oro” en las categorías “Mejor Uso de Medio Televisión” y “Adulto Joven”, además del Grand Prix que le fue otorgado por ser la mejor de toda la categoría “Mejor Uso de Medios”. Este

premio es un reconocimiento a la trayectoria de cerveza Cristal y a su constante búsqueda de innovación en todas las áreas, especialmente en medios. “La Fuerza está con Cerveza Cristal” también obtuvo varios premios en festivales de publicidad durante 2004 tales como, Grand Prix Festival Fiap de Buenos Aires, Sol de Oro Festival San Sebastián de España, Oro y Grand Prix Festival el Ojo de Iberoamérica y Oro y Grand Prix Festival Achap en Chile. Estos premios le significaron a cerveza Cristal tener la campaña más premiada de la historia de la publicidad chilena, y ser escogida la campaña N° 1 del año a nivel mundial en la categoría Medios del 2004.

Durante el año, la Compañía siguió desarrollando su Modelo de Preferencia, con el cual mide el valor de sus marcas. Con este modelo, la Compañía realiza un seguimiento periódico de los indicadores de preferencia, obteniendo información que luego se traduce en un eficiente y oportuno método de toma de decisiones para cada marca, permitiendo a la vez medir el desempeño de los responsables de éstas. Durante 2004 el indicador de Primera



Preferencia aumentó a 93% para el total de marcas de cerveza en Chile.

Producción

CCU Chile posee una red de tres plantas productivas de alto nivel tecnológico ubicadas estratégicamente a lo largo de Chile en las zonas norte, centro y sur del país, con una capacidad total de 6,5 millones de hectólitros al año.

Estas plantas están ubicadas en las ciudades de Antofagasta, Santiago y Temuco, siendo esta última la más reciente y moderna, la cual posee los más altos estándares tecnológicos del mundo cervecero. A través de sus instalaciones la Compañía satisface sin problemas la actual demanda, teniendo la posibilidad de aumentar su nivel de producción a un bajo costo, acorde a las necesidades del mercado.

Distribución

El año 2001, Transportes CCU Ltda. se convirtió en una importante Unidad Estratégica de Servicio (UES) que presta servicios a todas las Unidades Estratégicas de Negocios (UEN) de CCU en administración de centros de distribución, logística y despacho a clientes en Chile. Transportes CCU Ltda. es la unidad encargada de la logística y distribución de la totalidad de los productos de la Compañía, destacándose como la empresa de logística más grande del país, en términos de volumen físico transportado y nivel de operaciones.

En julio de 2002, Comercial Patagona Ltda. comenzó a distribuir todos los productos de la Compañía en la XII Región del país. Comercial Patagona Ltda. es una filial de Cervecería Austral S.A. que se dedica a la venta y distribución de los productos de Cervecería Austral y de CCU en el extremo sur de Chile.

Resultado Operacional

El negocio de cervezas en Chile generó ingresos por \$163.280 millones el año 2004, lo que significa un crecimiento de 6,4% en términos reales con respecto al año anterior. Este resultado se explica por un incremento de 4,3% en el precio promedio y un aumento de 2,4% en los volúmenes de venta. El crecimiento de los volúmenes se explica por los siguientes factores: el exitoso plan ACC (Aumento de Consumo de Cerveza) que comenzó a implantarse el año 2001 y la reactivación económica.

El costo de explotación, por su parte, registró una disminución como porcentaje de las ventas desde 39,6% el año 2003 hasta 37,2% el año 2004, alcanzando a \$60.790 millones. Lo anterior se explica principalmente por los menores costos directos como resultado de la apreciación del peso chileno respecto del dólar estadounidense.



	2004	2003	2002	2001
Volumen (miles de hectólitros)	3.807	3.718	3.502	3.483
Ingresos de explotación	163.280	153.414	139.215	138.615
Costos de explotación	(60.790)	(60.761)	(58.721)	(56.272)
Gastos de administración y ventas	(57.497)	(52.883)	(50.146)	(51.538)
Resultado operacional	44.993	39.771	30.348	30.805
Margen operacional	27,6%	25,9%	21,8%	22,2%
EBITDA	63.049	57.975	48.808	47.847
Margen EBITDA	38,6%	37,8%	35,1%	34,5%

Cifras en millones de pesos al 31 diciembre 2004

Capacidad instalada	
Capacidad instalada nominal por año (millones de hectólitros)	6,5
Capacidad utilizada en mes peak en base a producción	90%
Capacidad utilizada promedio en 2004	58%

Los gastos de administración y ventas aumentaron 8,7%, alcanzando a \$57.497 millones, principalmente por mayores gastos de marketing y remuneraciones.

De este modo, el resultado operacional del segmento aumentó 13,1% alcanzando a \$44.993 millones, lo que se tradujo en un crecimiento del margen operacional desde 25,9% el año 2003 hasta 27,6% el año 2004. Por su parte, el EBITDA llegó a \$63.049 millones, 8,8% superior al año anterior, lo que representa un margen sobre ventas de 38,6%.

Perspectivas Futuras

El Plan Estratégico de CCU Chile para el período 2005-2007 establece las prioridades para este segmento de negocio de la Compañía en los próximos tres años. Este plan consta de cinco Objetivos Estratégicos, los cuales están basados en los pilares de Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad.

1. Crecer, fortalecer y rentabilizar el negocio cervecero en Chile
2. Crecer el consumo per capita de cervezas (Plan ACC)

3. Excelencia en la ejecución de los procesos comerciales (Plan Punto Máximo)
4. Excelencia en la ejecución de los procesos operacionales
5. Hacer de la calidad un valor institucional (interno y externo)

La principal prioridad definida para cervezas en Chile busca rentabilizar su portafolio actual de productos, creciendo en volumen y fortaleciendo sus marcas estratégicas. Se trata de maximizar la generación de caja operacional y el retorno sobre el capital empleado, como consecuencia de la excelencia en los procesos operacionales y comerciales.

El aumento de consumo per capita resulta de vital importancia, el cual tiene un gran potencial de crecimiento, dado que en Chile sólo se consumen en promedio 27 litros de cerveza al año. La Compañía seguirá llevando a cabo el Plan ACC en el próximo trienio, desarrollando diversas acciones comerciales para aumentar las motivaciones y ocasiones de consumo y atraer, a nuevos consumidores.

La excelencia en la ejecución de los procesos comerciales, objetivo que se materializó a través

SE LO QUE HICISTE EL CARRETE PASADO



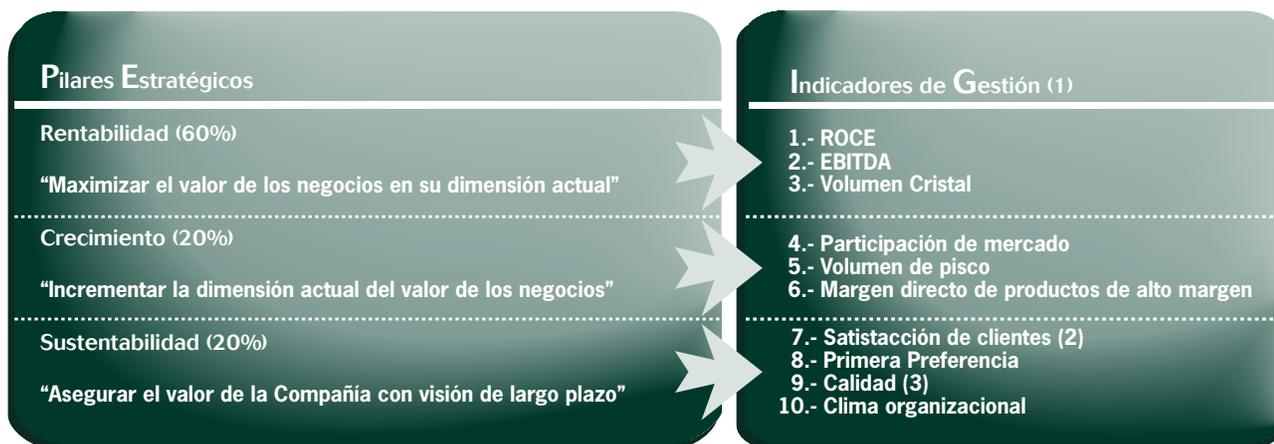
de la puesta en marcha del Plan Punto Máximo en todo Chile, facilitará la ejecución de la venta adecuando la cobertura de marcas y empaques hacia productos de mayor rotación, que maximizan el margen de CCU, al satisfacer mejor las ocasiones de compra y consumo.

La excelencia operacional implicará llevar a cabo iniciativas para medir la rentabilidad de cada canal, producto y empaque, gestionando el mix óptimo de cada canal, alineando los incentivos de la fuerza de venta con los objetivos comerciales.

Asegurar el valor de CCU Chile en el largo plazo

implica asegurar la calidad de sus productos y procesos internos, como también de sus actividades externas, considerando además factores como el clima organizacional, la satisfacción de los clientes y las primeras preferencias por sus productos.

El nuevo Plan Estratégico materializa los objetivos trazados para el próximo trienio con indicadores que miden su cumplimiento. En el cuadro a continuación, se presentan los indicadores de gestión de CCU Chile, separados por cada uno de los tres Pilares Estratégicos.



(1) Cada indicador se encuentra cuantificado para los años 2005, 2006 y 2007.

(2) Estudio de nivel de servicio a clientes y ejecución de Plan Punto Máximo.

(3) Cumplimiento de atributos técnicos de calidad y percepción de los consumidores sobre la calidad de los productos.





CERVEZAS EN ARGENTINA

Plan Estratégico

Durante 2004, CCU Argentina, la filial cervecera en ese país, obtuvo un resultado operacional levemente positivo. Este resultado se logró gracias a una recuperación en el precio, al aumento de los volúmenes, explicados por la reactivación económica y el fortalecimiento del portafolio de CCU Argentina con la incorporación de Heineken y el positivo desarrollo de Schneider, además de las medidas tomadas para enfrentar la crisis, las cuales permitieron tener una operación mucho más eficiente. Adicionalmente, CCU Argentina obtuvo una utilidad neta de US\$1,5 millones, explicada principalmente por el mejor resultado operacional y un mejor resultado no operacional. Sin embargo, el segmento de cervezas en Argentina obtuvo un resultado operacional ligeramente negativo por la asignación de gastos de la matriz.

Los volúmenes vendidos de cerveza en Argentina crecieron 10,6% en el mercado doméstico durante 2004, posicionando a la Compañía como la segunda cervecera del país, con una participación de mercado de aproximadamente 15%, un punto por sobre lo logrado el año 2003. Destacaron los importantes incrementos en las ventas de Schneider, Heineken y Budweiser.

El fuerte crecimiento en volumen obtenido por Schneider se explica por dos razones

fundamentales: una propuesta relevante para el consumidor argentino, y por su crecimiento en cobertura del canal para consumo en el hogar. A nivel comunicacional, la campaña de Roberto Schneider –continuando la línea del famoso personaje bizarro Flavio Pedemonti– ha tenido un gran éxito, tanto por su ejecución en radio como televisión, como por la creatividad del nuevo personaje.



Heineken creció en forma importante sus volúmenes, reforzando la posición de CCU Argentina en el segmento premium del mercado. Gracias a la mejoría de la situación económica del país, este segmento ha crecido, representando alrededor de 4,5% de las ventas de cerveza en Argentina.

Budweiser tuvo un desempeño muy positivo durante 2004, incrementando sus volúmenes 17,9%. CCU Argentina ha sido capaz de manejar ambas marcas internacionales, Heineken y Budweiser, sin canibalizarlas. El

compromiso de la Compañía con Budweiser continúa, a pesar de la venta de las acciones de Anheuser-Busch en CCU S.A., donde poseía un 20%, el cual fue colocado entre diversos inversionistas en noviembre de 2004. Los contratos de licencia y distribución continúan vigentes hasta el año 2015, con algunos puntos que deben revisarse los años 2007 y 2012. Adicionalmente, Anheuser-Busch continúa siendo accionista del 10,8% de la propiedad de CCU Argentina.

ROCE

Como se mencionó anteriormente, los resultados del negocio cervecero en Argentina mejoraron considerablemente debido, principalmente, a los aumentos de precio que ha experimentado la industria cervecera. Sin embargo, el retorno sobre el capital empleado fue levemente negativo este año.

Marcas

CCU Argentina, durante el 2004 aumentó su participación de mercado a 15%, de la cual Schneider representó 7%, Budweiser 4% y Heineken 1%, correspondiendo el resto a las marcas regionales Salta, Santa Fe y Córdoba, además de las marcas importadas Guinness y Corona.

La fuerte presencia publicitaria de las marcas de CCU Argentina, ha permitido que ellas obtengan un destacado posicionamiento en el mercado cervecero. Heineken ha orientado sus esfuerzos en consolidar el liderazgo en el segmento premium, mientras que Schneider, con

una estrategia de comunicación radicalmente diferente, logró posicionarse dentro de las tres cervezas más vendidas en sólo dos años. Por su parte Santa Fe, Córdoba y Salta se han enfocado en actividades promocionales dirigidas a consumidores y comerciantes locales, lo que se refleja en su alta primera preferencia y participación de mercado en sus respectivas regiones.

Adicionalmente, Schneider fue premiada con Medalla de Oro, entregada por el prestigioso instituto belga "Monde Selection", por la alta calidad de su cerveza.

Durante el año, la Compañía siguió desarrollando su Modelo de Preferencia, con el cual mide el valor de sus marcas. Con este modelo, la Compañía realiza un seguimiento periódico de los indicadores de preferencia, obteniendo información que luego se traduce en un eficiente y oportuno método de toma de decisiones para cada marca, permitiendo a la vez medir su desempeño. Durante el 2004 el indicador de Primera Preferencia alcanzó 17% para el total de marcas de cerveza de la Compañía en Argentina.



Contribución a los
Ingresos de Explotación
Consolidados

Contribución al
EBITDA Consolidado

Contribución al Resultado Operacional Consolidado:
Durante 2004 el segmento Cervezas en Argentina contribuyó negativamente al resultado operacional

Producción

CCU Argentina produce en sus dos plantas, ubicadas en las ciudades de Salta y Santa Fe, sus marcas regionales junto con Schneider. Las cervezas Heineken y Budweiser son producidas solamente en Santa Fe. Argentina es el único país en América Latina y uno de los nueve en el mundo donde se produce Budweiser fuera de Estados Unidos.

En su compromiso con la calidad, ambas plantas de CCU Argentina han sido distinguidas con el Certificado de Calidad HACCP, otorgado por los altos estándares empleados en sus procesos productivos, convirtiéndolas en las primeras y únicas cerveceras argentinas en recibir un certificado de este tipo.

Debido al aumento de la demanda, el año 2004 se amplió la capacidad de la planta de Salta, lo que representó una inversión de aproximadamente US\$5 millones. Por su parte, Santa Fe comenzó con una ampliación que

quedará lista durante el primer trimestre de 2005, proyecto en el que se invertirán alrededor de US\$12 millones. Las ampliaciones permitirán a CCU Argentina aumentar su capacidad instalada nominal a 380 millones de litros anuales.

Distribución

CCU Argentina vende y distribuye sus marcas Budweiser, Schneider, Heineken, Corona y Guinness, en todo el país, y las marcas regionales Salta, Santa Fe, Córdoba, y Rosario en sus respectivas ciudades.

La comercialización es llevada a cabo a través de la propia fuerza de venta directa o a través de distribuidores independientes. En el sur del país sus productos son comercializados por Embotelladora Polar S.A., en el norte por Embotelladora Guerrero y en las ciudades del noreste por Yege, todos ellos embotelladoras de los productos de The Coca-Cola Company en Argentina.

No cualquier **marca**,
no cualquier **Cerveza**.



Resultado Operacional

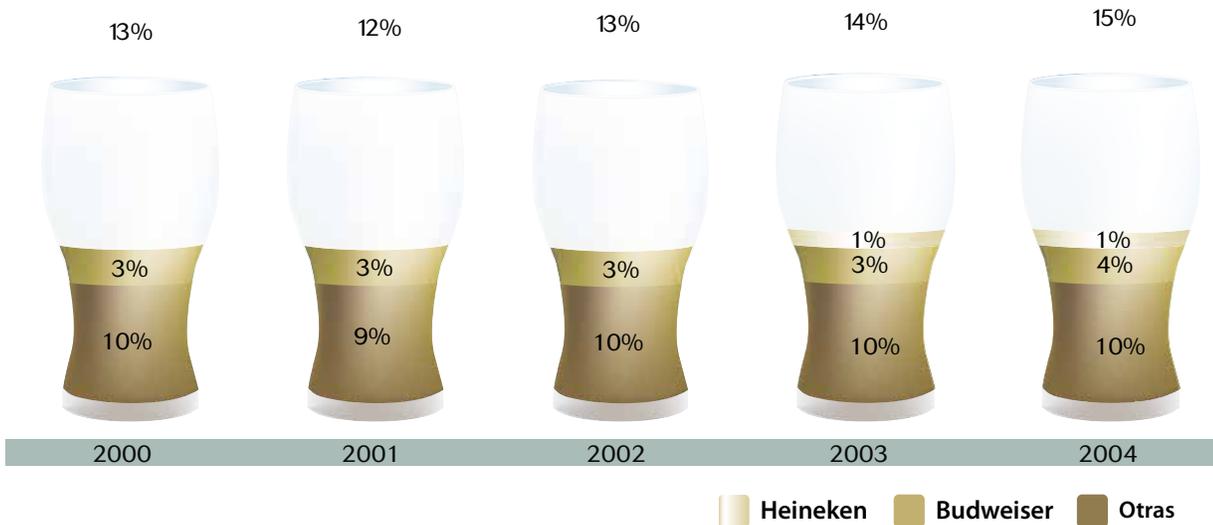
Las ventas en el segmento de cervezas en Argentina aumentaron 24,0% medidas en pesos chilenos, alcanzando a \$40.139 millones. Esto se explica por un aumento de 10,4% en los volúmenes y de 11,8% en el precio promedio. Los mayores volúmenes se explican por el mejoramiento en la situación económica argentina y los precios por las dos alzas registradas durante el año 2004, la primera en febrero y la segunda en diciembre.

Por su parte, el costo de explotación fue de \$21.427 millones, 9,3% superior al alcanzado el año 2003. Este mayor costo está principalmente explicado por costos directos más altos como consecuencia de las mayores ventas, sin embargo, como porcentaje de las ventas disminuyó de 60,6% a 53,4%.

Por su parte, los gastos de administración y ventas aumentaron 15,5%, de \$16.334 millones en 2003 a \$18.860 millones en 2004, principalmente como resultado de mayores gastos de transportes, marketing y remuneraciones. Como porcentaje de las ventas disminuyeron de 50,5% a 47,0%.



Participación de Mercado (%)



CON MODERACION
BEBIDA SU VENTA

	2004	2003	2002	2001
Volumen (miles de hectólitros)	2.101	1.904	1.604	1.512
Ingresos de explotación	40.139	32.365	25.758	56.653
Costos de explotación	(21.427)	(19.604)	(19.852)	(29.763)
Gastos de administración y ventas	(18.860)	(16.334)	(17.350)	(34.125)
Resultado operacional	(148)	(3.573)	(11.444)	(7.235)
Margen operacional	(0,4%)	(11,0%)	(44,4%)	(12,8%)
EBITDA	5.458	3.541	(740)	3.471
Margen EBITDA	13,6%	10,9%	(2,9%)	6,1%

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre 2004

Capacidad instalada	
Capacidad instalada nominal por año (millones de hectólitros)	3,3
Capacidad utilizada en mes peak en base a producción	100%
Capacidad utilizada promedio en 2004	64%

El resultado operacional, en consecuencia, mejoró considerablemente al pasar de una pérdida de \$3.573 millones el año 2003, a una pérdida de sólo \$148 millones el año 2004.

Perspectivas Futuras

El Plan Estratégico de CCU Argentina para el período 2005-2007 establece las prioridades para este segmento de negocio de la Compañía en los próximos tres años. Este plan consta de cinco Objetivos Estratégicos, los cuales están basados en los pilares de Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad.

1. Rentabilizar la operación buscando maximizar la generación de caja operacional y el retorno sobre el capital empleado a través de un crecimiento sostenido y rentable
2. Dotar a CCU Argentina con la capacidad productiva necesaria para satisfacer la demanda de sus clientes, especialmente en la temporada alta
3. Optimizar el portafolio de marcas CCU, buscando maximizar la participación de mercado y la rentabilidad
4. Excelencia en la ejecución de los procesos de ventas y distribución de las operaciones propias (supermercados y preventa)
5. Fortalecer y hacer más eficiente la red de

distribuidores de CCU Argentina buscando la máxima ejecución y foco

CCU Argentina debe continuar por la senda de mejorar sus resultados, con el objetivo de rentabilizar la operación en forma sostenida, logrando resultado operacional positivo durante el trienio, y haciendo un aporte creciente a los resultados consolidados de CCU S.A.

CCU Argentina debe buscar el mix óptimo de productos que maximice la participación de mercado y la rentabilidad de la Compañía.

La excelencia en la ejecución de los procesos de venta y distribución se logrará adecuando la cobertura de marcas y empaques hacia productos de mayor rotación, que maximicen el margen del cliente y de la Compañía, al satisfacer mejor las ocasiones de compra y consumo.

El nuevo Plan Estratégico materializa los objetivos trazados para el próximo trienio con indicadores que miden su cumplimiento. En el cuadro a continuación, se presentan los indicadores de gestión de CCU Argentina, separados por cada uno de los tres Pilares Estratégicos.



(1) Cada indicador se encuentra cuantificado para los años 2005, 2006 y 2007.

(2) Cumplimiento de atributos técnicos de calidad y percepción de los consumidores sobre la calidad de los productos.







BEBIDAS GASEOSAS, AGUA MINERAL Y NECTARES

Plan Estratégico

El año 2004 fue positivo para la Embotelladora, obteniendo importantes logros dentro de los objetivos planteados. Estos incluyen los buenos resultados de néctares en botella y agua –apuntando al crecimiento del consumo per capita

Los volúmenes de agua aumentaron 6,8%, llegando a 812.944 hectolitros, de los cuales 786.623 hectólitros fueron agua mineral y 26.321 hectólitros agua purificada Glacier. Los incrementos de estas categorías responden a la tendencia mundial de consumir productos más naturales.



En el mes de julio, se renovó el contrato de licencia con Watt's Alimentos S.A., para la producción y comercialización de néctar Watt's embotellado en Chile hasta el año 2014, prorrogable automáticamente hasta el año 2023 si se cumplen ciertas condiciones.

Durante el mes de agosto, se implantó el Plan Punto Máximo, orientado a maximizar la rentabilidad del cliente y de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el

de estos productos– junto con el buen desempeño de las marcas Schweppes en gaseosas, que fueron las de mayor crecimiento durante el año.

punto de venta, buscando la máxima satisfacción de clientes y consumidores.

Las ventas en volumen de néctar Watt's crecieron 12,6%, alcanzando a 382.979 hectólitros, manteniéndose como líder en esta categoría.

En septiembre, la Embotelladora introdujo Canada Dry Ginger Ale Light, una gaseosa light premium orientada al segmento adulto joven y el nuevo envase "Sport Bottle" para Gatorade que



Contribución a los Ingresos de Explotación Consolidados

Contribución al Resultado Operacional Consolidado

Contribución al EBITDA Consolidado

permite utilizarlo mientras se realiza ejercicio. Adicionalmente, incorporó las “mini latas” para cinco de sus gaseosas: Bilz, Pap, Kem, Pepsi y 7Up, ofreciendo una mayor variedad de alternativas a los consumidores.



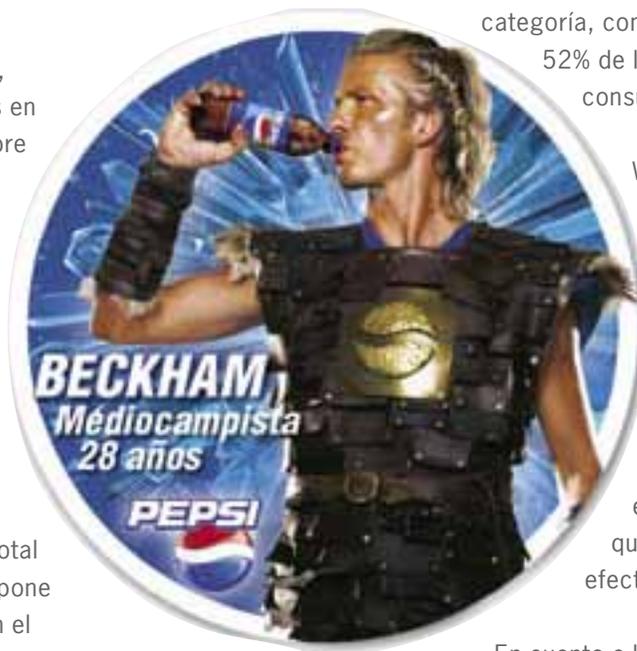
Durante el último trimestre, la Compañía relanzó la bebida frutal Nobis en los sabores de piña, naranja y guinda, dirigida a competir con marcas de descuentos, destacando la buena acogida que le dio el comercio, pese a haber estado 15 años fuera del mercado.

ROCE

El segmento de gaseosas, néctares y aguas minerales en Chile obtuvo un retorno sobre el capital empleado de 12,3% durante 2004, 4,5 puntos porcentuales sobre el año 2003.

Marcas

La Compañía, líder en el segmento de las bebidas con sabor, cuenta con una participación de mercado total de 22%, la cual se descompone de 45% en sabores y 6% en el segmento cola. En el segmento sabores posee una amplia cartera de marcas, compuesta por las marcas CCU: Bilz, Bilz Light, Pap, Pap Light, Kem, Kem Xtreme y Nobis, con sus sabores naranja, piña y guinda; las marcas licenciadas de Schweppes Holdings Ltd.: Crush, Crush Light, Limón Soda, Ginger Ale, Ginger Ale Light, Agua Tónica y Agua Tónica Light, y de PepsiCo: 7Up y 7Up Light. En el segmento de las bebidas colas, también bajo licencia de PepsiCo, la Compañía fabrica y comercializa Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Twist y Pepsi Twist Light. En la categoría isotónica, la Embotelladora es líder con Gatorade, bebida isotónica número uno a nivel mundial, vendida en Chile bajo licencia de PepsiCo.



En el segmento de los néctares, la Compañía participa con la marca licenciada Watt's en la categoría de botellas, la cual a partir del año 2001 pasó a ser la más importante del segmento. Ese mismo año, a dos años de su relanzamiento, la Embotelladora pasó a ser líder de esta categoría, contando el 2004 con 52% de las preferencias de los consumidores.

Watt's fue durante el año una de las marcas ganadoras de los premios EFFIE, que reconocen la efectividad y creatividad de la industria publicitaria. Watt's logró destacarse en una nueva categoría que premia las campañas efectivas de larga duración.

En cuanto a las aguas minerales, la Compañía es líder con 64% de participación de mercado. Su principal marca es Cachantun, con sus versiones sin gas, con gas y light gas; además de Porvenir sin gas y con gas. En junio de 2003 la Embotelladora comenzó a comercializar en Antofagasta el agua purificada Glacier en botella PET desechable de 2,25 litros con gas. Luego esta agua empezó a venderse en Santiago y Viña del Mar en botellones de 19,7 litros para el segmento institucional. Esta agua purificada tiene un menor costo que el agua mineral que debe ser envasada en origen, permitiendo ampliar la oferta de agua de la Compañía, alcanzando a una mayor parte de la población con un menor costo.

osten
pe e
en
o.com
en el
s 80
doctores
de
H-MD

ANIMARSE



Durante el año, la Compañía siguió desarrollando su Modelo de Preferencia, con el cual mide el valor de sus marcas. Con este modelo, la Compañía realiza un seguimiento periódico de los indicadores de preferencia, obteniendo información que luego se traduce en un eficiente y oportuno método de toma de decisiones para cada marca, y permite además, medir en forma concreta el desempeño de los responsables de éstas. Las marcas de gaseosas de la Embotelladora obtuvieron una Primera Preferencia de 20% durante el año 2004, las aguas minerales 67% y néctar Watt's 56%.

Producción

Las bebidas gaseosas de ECUSA se producen y embotellan en las plantas que la Compañía posee en Antofagasta, Santiago y Talcahuano, desde donde son distribuidas a todo el país.

Asimismo, las aguas minerales Cachantun y Porvenir son embotelladas en su fuente natural en Casablanca y Coinco, V Región y VI Región, respectivamente; desde donde son transportadas a los centros de distribución del sistema CCU, a lo largo de todo el país.

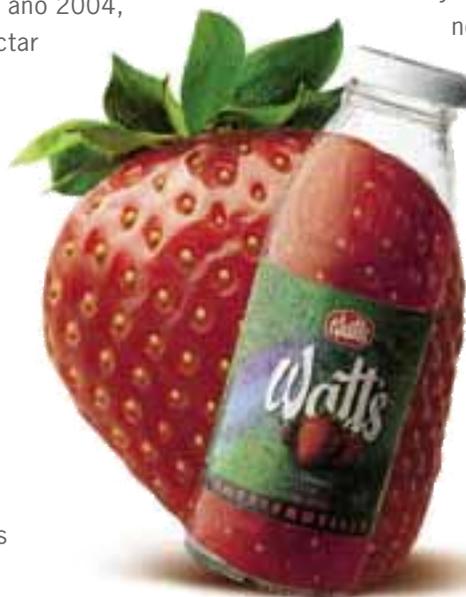
La planta de Cachantun, en Coinco, obtuvo las certificaciones internacionales ISO 9001-2000 que acredita el proceso, y HACCP que acredita la inocuidad del producto, asegurando la calidad del proceso de embotellación del agua mineral desde su fuente de origen hasta la entrega del producto al cliente.

Por su exitosa y sostenida prevención de riesgos, ECUSA recibió el Gran Premio IST 2004, el más importante que otorga el Instituto de Seguridad del Trabajo en Chile. Este galardón se debe a que es la tercera vez que las plantas de gaseosas, néctares y agua mineral reciben el Premio Nacional a la Excelencia y que el 2004 recayó en las instalaciones de Santiago.

Distribución

La Embotelladora vende sus productos en forma directa en las ciudades más importantes de Chile, mientras que en el área rural lo hace a través de la fuerza de venta de CCU Chile, en conjunto con cerveza, pisco y vino. De esta forma se logra un mayor foco en la venta de gaseosas, néctares y agua mineral, en un área que representa 94% de la venta total de este segmento, y asimismo se aprovechan las sinergias en la distribución conjunta de todos los productos de la Compañía realizada por Transportes CCU Ltda.

En la XII Región los productos de la Embotelladora son distribuidos por Comercial Patagona Ltda., en conjunto con los restantes productos de CCU y los productos de Cervecería Austral S.A.



Resultado Operacional

Los ingresos por ventas crecieron 1,9% llegando a \$120,375 millones. Este aumento se explica por

	2004	2003	2002	2001
Volumen (miles de hectólitros)	4.424	4.286	4.137	4.127
Ingresos de explotación	120.375	118.179	114.699	115.683
Costos de explotación	(56.825)	(56.668)	(53.504)	(55.809)
Gastos de administración y ventas	(55.044)	(54.380)	(53.097)	(50.774)
Resultado operacional	8.506	7.131	8.097	9.100
Margen operacional	7,1%	6,0%	7,1%	7,9%
EBITDA	20.192	19.187	20.233	20.930
Margen EBITDA	16,8%	16,2%	17,6%	18,1%

Cifras en millones de pesos al 31 diciembre 2004

Capacidad instalada	Gaseosas	Agua Mineral
Capacidad instalada nominal por año (millones de hectólitros)	10,3	2,5
Capacidad utilizada en mes peak en base a producción	46%	45%
Capacidad utilizada promedio en 2004	36%	28%

Los volúmenes del segmento que se incrementaron 3,2% en el año, los que se descomponen en crecimientos de 1,4% en gaseosas, 12,6% en néctares y 6,8% en minerales. Estos crecimientos en volúmenes fueron parcialmente compensados por una disminución en el precio promedio del segmento de 1,4%, el cual se descompone en bajas en gaseosas y agua mineral de 2,1% y 3,5%, respectivamente, y en un incremento de 4,2% en néctares.

Por su parte, el costo de explotación estuvo prácticamente constante, creciendo 0,3%,

alcanzando a \$56.825 millones. Como porcentaje de las ventas, disminuyó de 48,0% el año 2003 a 47,2% el año 2004.

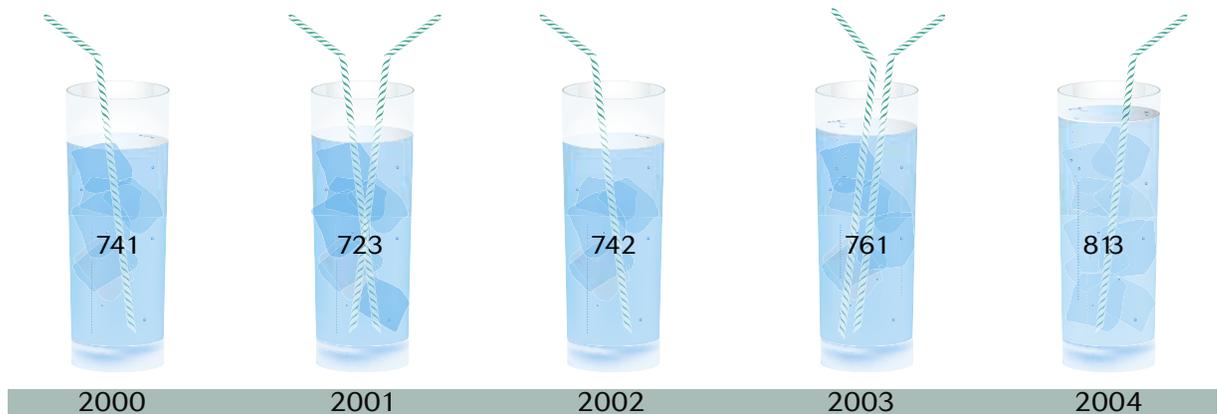
Los gastos de administración y ventas aumentaron 1,2%, alcanzando a \$55.044 millones, principalmente como consecuencia de mayores gastos de transportes. Como porcentajes de las ventas disminuyeron ligeramente de 46,0% a 45,7%.

Como consecuencia de lo anterior, el resultado operacional aumentó 19,3%, alcanzando a \$8.506

Volumen Néctares (MHL)



Volumen Agua Mineral



millones, lo que equivale a un margen operacional de 7,1%. Por su parte, el EBITDA llegó a \$20.192 millones, 5,2% superior al del año anterior, lo que representa un margen sobre ventas de 16,8%.

Perspectivas Futuras

El Plan Estratégico de gaseosas, néctares y aguas minerales para el período 2005-2007 establece las prioridades para este segmento de negocio de la Compañía en los próximos tres años. Este plan consta de siete Objetivos Estratégicos basados en los pilares de Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad:

1. Rentabilizar todas las categorías de negocios
2. Excelencia en la ejecución de procesos comerciales (Plan Punto Máximo)
3. Crecer en participación de mercado la categoría gaseosas
4. Aumentar el consumo per capita de aguas embotelladas sobre bases rentables (Plan Aumento de Consumo de Agua Embotellada)
5. Consolidar liderazgo en jugos

6. Desarrollar categoría de productos "Listos para su Consumo"

7. Desarrollar categoría productos funcionales

Crecer en volumen y fortalecer las marcas, es el principal medio que permitirá rentabilizar todas las categorías de negocios, especialmente si se consideran los alcances del Plan Punto Máximo en la ejecución de los procesos comerciales.

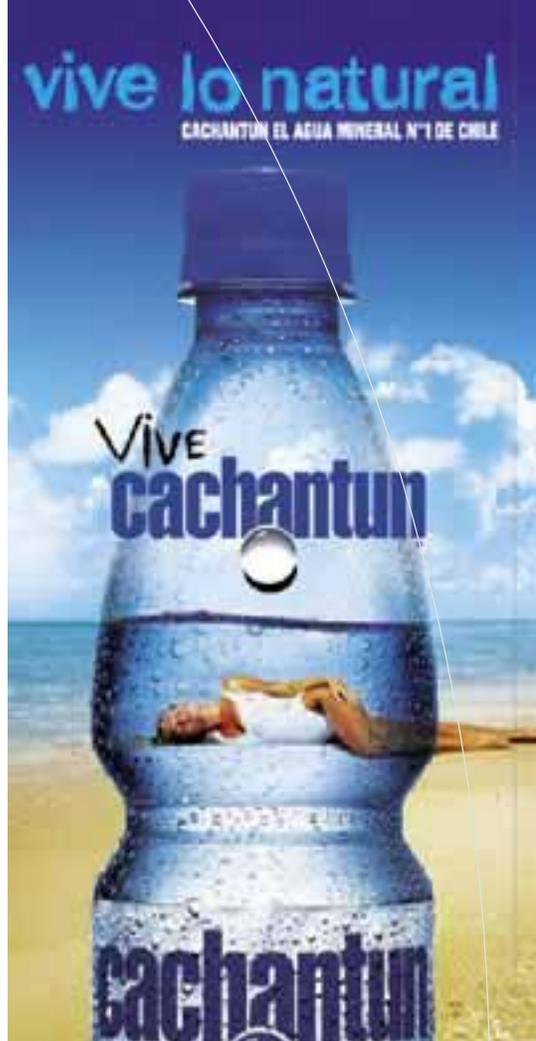
La excelencia en la ejecución de los procesos comerciales, objetivo que se materializó a través de la puesta en marcha del Plan Punto Máximo en todo Chile, facilitará la ejecución de ventas adecuando la cobertura de marcas y empaques hacia productos de mayor rotación, que maximizan el margen de CCU y el margen del cliente, al satisfacer mejor las ocasiones de compra y consumo.

Para crecer la participación de mercado en gaseosas, el año 2005 está definido como el "Año de Bilz y Pap" para ECUSA. Adicionalmente, se continuará fortaleciendo el segmento de las bebidas colas, para lo cual se evaluarán diversas alternativas orientadas a fortalecer la ejecución de la marca

Pepsi en los puntos de venta.

La Compañía está destinando recursos para aumentar el





consumo per capita de agua embotellada que, junto con la tendencia mundial por el consumo de productos más naturales, presentan una oportunidad para crecer los volúmenes de agua purificada y agua mineral. Estas iniciativas serán capturadas en el Plan de Aumento Consumo de Agua Embotellada (Plan ACAE)

La excelencia operacional implicará llevar a cabo medidas para medir la rentabilidad de cada canal, producto y empaque, gestionando el mix óptimo de cada canal, alineando incentivos de la fuerza de venta con los objetivos comerciales.



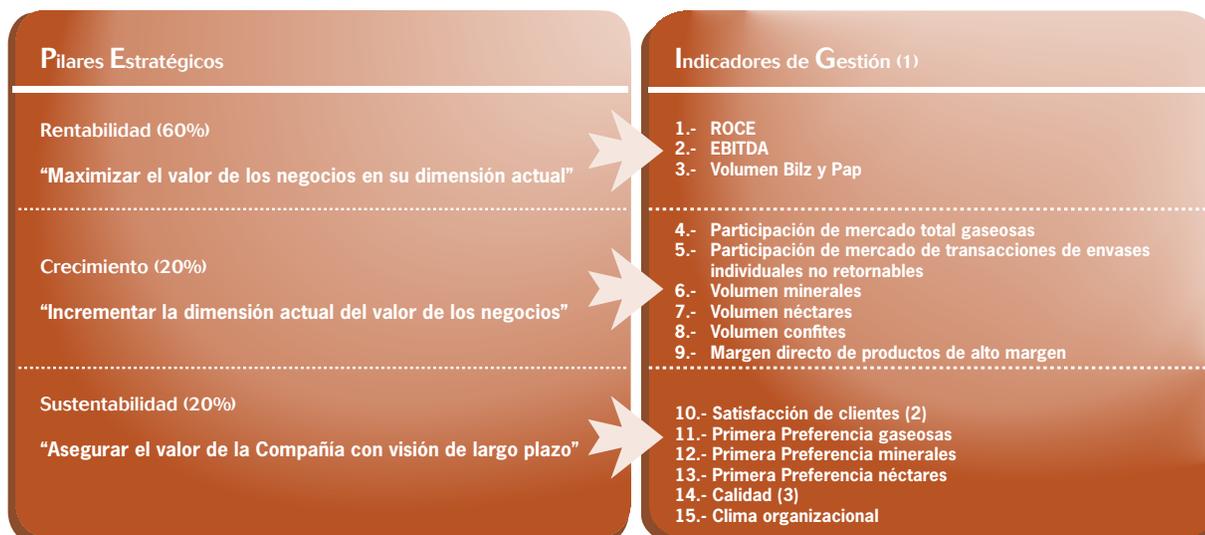
En el caso de los néctares, la Compañía espera continuar con el excelente desempeño de esta categoría, agregando nuevos sabores y empaques.

Durante el trienio, se continuará desarrollando la categoría de productos "Listos para su Consumo", luego de la consolidación de Calaf, para aprovechar las oportunidades de

crecimiento de este segmento.

ECUSA va a continuar con el desarrollo de productos funcionales, los cuales cumplen una función adicional a la de refrescar, tal como oxigenar, hidratar, energizar, alimentar, etc. De esta forma, la Compañía seguirá participando en nichos con altos márgenes.

En el nuevo Plan Estratégico todo está cuantificado; determina con porcentajes y números dónde está ECUSA y a dónde quiere llegar. En el cuadro a continuación, se presentan los indicadores de gestión de ECUSA, separados por cada uno de los tres Pilares Estratégicos. Estos indicadores serán evaluados periódicamente para medir el estado de avance del Plan Estratégico para el período 2005-2007.



(1) Cada indicador se encuentra cuantificado para los años 2005, 2006 y 2007.

(2) Estudio de nivel de servicio a clientes y ejecución de Plan Punto Máximo.

(3) Cumplimiento de atributos técnicos de calidad y percepción de los consumidores sobre la calidad de los productos.







VINOS

Plan Estratégico

Viña San Pedro S.A. (VSP) es la segunda mayor viña chilena, ocupando el segundo lugar en exportaciones y el tercero a nivel local. El año 2003 VSP ordenó sus operaciones bajo la denominación comercial de “San Pedro Wine Group” (SPWG) para reconocer su carácter de holding vitivinícola. El holding está compuesto por seis unidades de negocios: San Pedro Doméstico, San Pedro Exportaciones, Viña Santa Helena, Finca La Celia, Viña Altaír y Viña Tabalí.

Viña San Pedro separó sus negocios doméstico y de exportaciones; Viña Santa Helena se dedica solamente a exportar, comercializando sus productos en el mercado nacional a través de San Pedro Doméstico.

Finca La Celia (FLC), la filial en Argentina, está enfocada principalmente en el negocio de exportación, consolidando sus resultados en VSP desde enero de 2003.

Viña Altaír, el joint venture entre VSP y Château Dassault, ubicada en Totihue, VI Región, inauguró su bodega e inició la comercialización de sus vinos en marzo de 2004. Sus vinos íconos y ultra premium –Altaír y Sideral– han sido elaborados con la más moderna tecnología y bajo estrictas normas de calidad.

Viña Tabalí, el joint venture entre Viña San Pedro y Agrícola Río Negro, se destaca por encontrarse en el valle del Limarí, el más septentrional de Chile en cuanto a producción de vinos. El valle permite la producción de vinos de alta calidad,

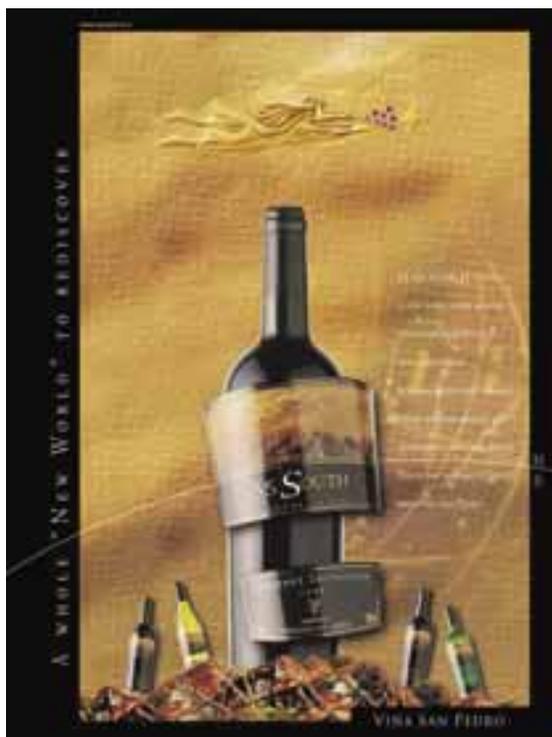
especialmente en las variedades Chardonnay, Syrah y Cabernet Sauvignon. Durante el año, la viña lanzó sus dos líneas de productos –Reserva y Reserva Especial– en Chile y el Reino Unido, obteniendo importantes reconocimientos en diversos concursos nacionales e internacionales.

De esta forma, los viñedos de SPWG se emplazan en los principales valles vitivinícolas chilenos: Limarí, Maipo, Cachapoal, Colchagua, Lontué y Maule, además del valle de Uco en Mendoza, Argentina.

Durante el año, se llevaron a cabo diversas medidas para mejorar la rentabilidad de San Pedro, afectada, desde el segundo semestre de 2003, por la apreciación del peso chileno y la mayor competencia a nivel internacional. Estas acciones estuvieron enfocadas en maximizar las eficiencias operativas, a través de la racionalización de costos y gastos, la reducción del número de productos y empaques,

la optimización de precios y la focalización de sus esfuerzos en los principales mercados. Lo anterior permitió un cambio de tendencia a partir del tercer trimestre del año, donde se observó una mejoría en la rentabilidad de la viña, incrementando el resultado operacional del segmento vinos en 34,6% durante 2004, a pesar de un tipo de cambio promedio 11% menor que el año anterior.

Durante el mes de agosto se implantó el Plan Punto Máximo, orientado a maximizar, en el mercado doméstico, la rentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación



y ejecución en el punto de venta, buscando la máxima satisfacción de los clientes y consumidores.

En noviembre, el tradicional Manquehuito Pop Wine de Viña Manquehue, pasó a formar parte del portafolio de SPWG, luego de su adquisición el mes anterior, permitiendo aumentar la gama de productos ofrecidos por la Viña en el mercado doméstico y acrecentar su participación de mercado en más de un punto porcentual. Al ingreso a esta nueva categoría de vino espumante de baja graduación alcohólica y sabores frutales, compuesta por las siguientes variedades: durazno, piña, frutilla y uva.

En el mes de noviembre, Viña Santa Helena lanzó al mercado la línea de vinos premium "Cuatro Estaciones", formada por Vernus, Notas de Guarda y D.O.N. (De Origen Noble), que se sumaron al tradicional vino Selección del Directorio. Estos vinos han logrado altas clasificaciones por parte de destacados críticos de vinos nacionales.

En diciembre, comenzó a operar en Santiago una vanguardista tienda de vinos de Viña San Pedro, donde se ofrece el portafolio completo de los productos de SPWG.

ROCE

Considerando tanto el mercado doméstico como el de exportación, el segmento vinos obtuvo un retorno sobre el capital empleado de 3,6%, mejorando 0,9 puntos porcentuales en relación al año 2003. Este indicador debe seguir mejorando en la medida que se consoliden los proyectos antes descritos.

Marcas

Viña San Pedro está presente en más de 60 mercados con sus marcas: Cabo de Hornos, "1865", Castillo de Molina, Las Encinas, 35 Sur, Urmeneta, Gato, Manquehuito Pop Wine y Etiqueta Dorada.

Por otra parte, la cartera de Santa Helena comprende: D.O.N. (De Origen Noble), Notas de Guarda, Vernus, Selección del Directorio, Siglo de Oro, Late Harvest, Tradición de Familia, Gran Vino y Santa Helena.

Finca La Celia comercializa las marcas La Celia, La Consulta y Furia, siendo las dos primeras el principal foco de la empresa por ser marcas premium.

La constante preocupación de la Viña por la calidad de sus vinos fue reconocida con 29 medallas



Contribución a los Ingresos de Explotación Consolidados

Contribución al Resultado Operacional Consolidado

Contribución al EBITDA Consolidado

Destinos de Vinos de Exportación

para Viña San Pedro, 18 para Santa Helena y 19 para las viñas Altaïr y Tabalí en diversos concursos a nivel nacional e internacional. Entre los reconocimientos mencionados se incluyen medallas de oro y plata obtenidas por Cabo de Hornos, "1865", Castillo de Molina, 35 Sur y Gato en diversos concursos, así como Selección del Directorio, D.O.N. (De Origen Noble) y Siglo de Oro por el lado de Santa Helena, Reserva Especial de Tabalí y Sideral de Altaïr.

Durante el año, la Compañía siguió desarrollando su Modelo de Preferencia, con el cual mide el valor de sus marcas en Chile. Adicionalmente, SPWG desarrolló por primera vez el Modelo Causa Efecto para monitorear las inversiones en marketing de exportaciones. Con este modelo, la Compañía realiza un seguimiento periódico de los indicadores de preferencia, obteniendo información que luego se traduce en un eficiente y oportuno método de toma de decisiones para cada marca, permitiendo además medir en forma concreta el desempeño de los responsables de éstas. Durante 2004 el indicador de Primera Preferencia alcanzó 18% para el total de marcas de vino de la Compañía en Chile, siendo la marca Gato la de mayor preferencia en Chile con 16%.

Producción

Viña San Pedro posee 2.900 hectáreas plantadas, 2.500 de las cuales se encuentran en Chile y 400 pertenecen a Finca La Celia en Argentina. Adicionalmente, la Viña cuenta con 419 hectáreas arrendadas a largo plazo.

El 2004, Viña San Pedro abasteció 21,6% de sus necesidades de vino con producción propia, mientras que el resto fue comprado a terceros en forma de vino y uva. En el caso del vino doméstico, la totalidad es comprado a terceros, con la excepción de los vinos finos. En exportaciones 40,8% fue abastecido con producción propia.

VSP certificó su Sistema Integrado de Gestión (SIG) basado en la norma ISO 9001 que corresponde a gestión de calidad, ISO 14001 de gestión ambiental y OHSAS 18001 de gestión en seguridad y salud ocupacional. El triple certificado abarca diseño, vinificación, elaboración, exportación y distribución de vinos. Estas certificaciones unidas a HACCP de gestión preventiva alimenticia y BRC Higher Level de estándares europeos, convierten a Viña San Pedro en la única viña en Chile que cumple con estos rigurosos estándares de calidad con el objeto de

 SAN PEDRO
1865



Gato

EL VINO CHILENO
DE TODO EL MUNDO

satisfacer los requerimientos de sus clientes en todo el mundo.

Distribución

A partir del año 2000, Viña San Pedro comenzó a vender en Chile sus productos en forma directa. Anteriormente, la venta de vino se realizaba en conjunto con cerveza, a través de la fuerza de venta de CCU Chile. Ese año se empezó con un plan piloto en la ciudad de Concepción, luego esta iniciativa se expandió a Viña del Mar, Valparaíso y Santiago. En la actualidad el vino se vende en forma independiente en las principales ciudades de Chile, mejorando el foco dado a este producto con el objetivo de incrementar su cobertura y participación de mercado.

El manejo de las bodegas, distribución y cobranza se realiza en forma conjunta para cerveza, gaseosa, vino, pisco y confites por la UES Transportes CCU Ltda., aprovechando las sinergias existentes entre los distintos negocios, lo que se refleja en menores costos. En las ciudades más pequeñas y zonas rurales, donde el volumen de ventas no justifica contar con dos fuerzas de ventas separadas, el vino se continúa vendiendo junto con cerveza, gaseosas y pisco.

En la XII Región los productos de Viña San Pedro son distribuidos desde julio de 2002 por

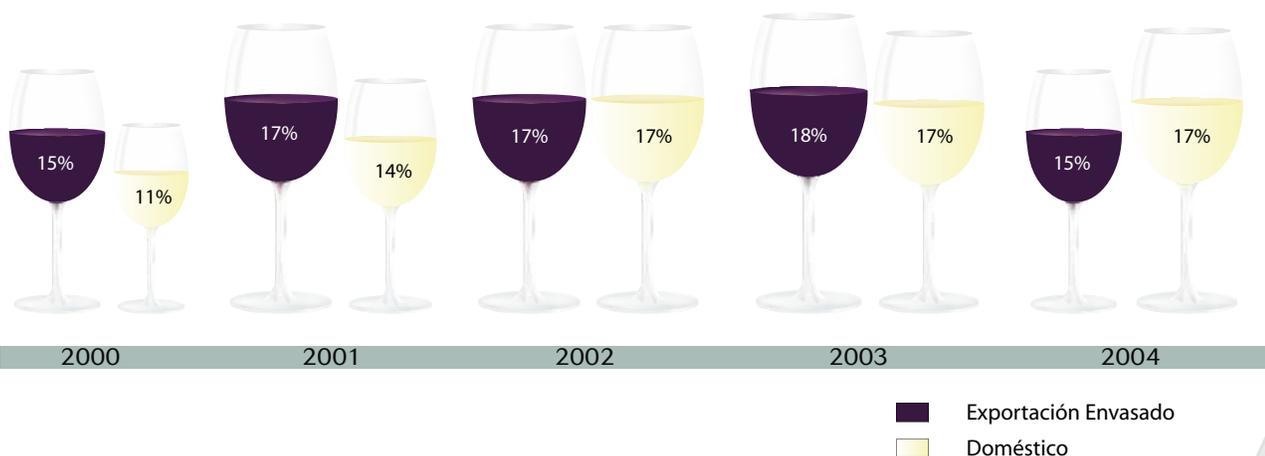
Comercial Patagona Ltda., en conjunto con los restantes productos de CCU y los productos de Cervecería Austral S.A.

En el exterior, una de las principales fortalezas de SPWG consiste en la consolidada red de distribuidores que abarca los cinco continentes, llevando sus vinos a más de 60 países. En Argentina, desde el mes de noviembre los productos de Finca La Celia son comercializados por CCU Argentina.

Resultado Operacional

Los ingresos del segmento vinos disminuyeron 3,1% en el año, alcanzando a \$81.990 millones, debido a una disminución de 0,7% en los volúmenes de ventas de vino envasado y de 55,9% en vino a granel, parcialmente compensadas por un precio promedio en pesos chilenos 2,8% superior al del año 2003. La disminución en los volúmenes de vino envasado consolidados se explica por disminuciones de 32,5% y 0,3% en las ventas de Argentina y en el mercado doméstico chileno, respectivamente, parcialmente compensadas por un aumento de 2,1% en los volúmenes de exportaciones chilenas. El aumento del precio consolidado se descompone de un crecimiento de 34,2% en Argentina, 12,4% en el mercado doméstico y una disminución de 4,0% en el precio de las exportaciones desde Chile, sin embargo, este precio en dólares creció 10,7%.

Participación de Mercado en Vino Doméstico y de Exportación Envasado (%)



	2004	2003	2002	2001
Volumen total (miles de hectólitros) (*)	951	958	900	787
Volumen doméstico - Chile	503	505	512	428
Volumen de exportación - Chile	420	412	383	350
Volumen doméstico - Argentina	8	21	5	9
Volumen de exportación - Argentina	20	20	-	-
Ingresos de explotación	81.990	84.632	77.815	72.045
Costos de explotación	(55.156)	(56.954)	(48.454)	(45.020)
Gastos de administración y ventas	(22.079)	(24.145)	(20.310)	(17.108)
Resultado operacional	4.755	3.532	9.052	9.918
Margen operacional	5,8%	4,2%	11,6%	13,8%
EBITDA	7.883	6.421	11.561	12.287
Margen EBITDA	9,6%	7,6%	14,9%	17,1%

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre 2004
 (*) Cifras no incluyen vino a granel

Descripción	Planta Molina	Planta Lontué	Planta Santa Helena	Planta Altaír	Planta Tabalí	Planta La Celia
Infraestructura	Recepción de uvas, elaboración, vinificación, guarda y envasado	Elaboración y envasado	Recepción de uvas, elaboración, vinificación y guarda	Recepción de uvas, elaboración, vinificación y guarda	Recepción de uvas, elaboración, vinificación y guarda	Recepción de uvas, elaboración, vinificación, guarda y envasado
Capacidad envasado máxima (litros/hora)	27.000	34.500	-	-	-	2.500
Capacidad bodega vinos (miles de litros)	38.000	14.000	2.000	600	1.025	6.000

Por su parte, el costo de explotación alcanzó a \$55.156 millones, 3,2% menor al registrado en el año 2003, básicamente como consecuencia de menores costos directos.

Los gastos de administración y ventas alcanzaron a \$22.079 millones, 8,6% menores a los registrados el año anterior. Como porcentaje de las ventas disminuyeron de 28,5% el año 2003 a 26,9% el año 2004. Dicha disminución se explica principalmente por menores gastos de transporte, de marketing y gastos generales, como resultado de la racionalización de gastos realizada durante el año.

De este modo, el segmento obtuvo un resultado operacional de \$4.755 millones, 34,6% superior al registrado en el año 2003. Asimismo, el EBITDA alcanzó a \$7.883 millones, representando un aumento de 22,8%.

Perspectivas Futuras

El Plan Estratégico de Viña San Pedro para el

período 2005-2007 establece las prioridades para este segmento de negocio de la Compañía en los próximos tres años. Este plan consta de seis Objetivos Estratégicos, los cuales están basados en los pilares de Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad:

1. Fortalecer la base de vinos masivos en el negocio de exportación con la marca Gato de San Pedro
2. Fomentar el crecimiento en vinos premium de exportación, potenciando una marca global
3. Crecer en Estados Unidos, rentabilizar Inglaterra y proteger la presencia en los países nórdicos
4. Incrementar la rentabilidad en el mercado doméstico
5. Desarrollar a Viña Santa Helena como una viña con identidad propia
6. Rentabilizar la inversión en Finca La Celia (FLC) en Argentina

Los objetivos planteados para el siguiente trienio buscan consolidar rentablemente a San Pedro

Mercado Doméstico, mejorando la rentabilidad del mercado de exportación con foco en la creación de valor de marca. Lo anterior responde a la necesidad de privilegiar el retorno sobre el capital empleado por sobre las ventas en volumen.

Con el comienzo de la venta de los productos íconos y ultra premium de las viñas Altaír y Tabalí, las ventas de los vinos ultra premium y premium de VSP, Cabo de Hornos, "1865" y Castillo de Molina, y la línea "Cuatro Estaciones" de Santa Helena, se fortalecerá este segmento tanto en las ventas locales como en exportaciones.

El mercado de exportaciones deberá multiplicar sus esfuerzos para rentabilizar sus operaciones, creciendo en Estados Unidos, mejorando la rentabilidad en el Reino Unido a través del fortalecimiento de las marcas de SPWG y mantener el liderazgo obtenido en los países nórdicos.

Viña San Pedro deberá continuar consolidando su participación en el mercado doméstico en forma

rentable, buscando ser el actor más importante en este segmento.

De los 50 mercados a los que exporta, Viña Santa Helena tiene como objetivo potenciar sus principales destinos –Brasil e Inglaterra– privilegiando en especial su marca Santa Helena. La estrategia de Santa Helena seguirá estando orientada a una identificación total con el valle de Colchagua, uno de los mejores valles para la producción de vino tinto en Chile.

Finca La Celia deberá mejorar su rentabilidad en el período 2005-2007 enfocando su estrategia en sus vinos premium –La Celia y La Consulta– y concentrando sus esfuerzos en los principales países de exportación, generando de esta forma valor para todos los accionistas de VSP.

El nuevo Plan Estratégico materializa los objetivos trazados para el próximo trienio con indicadores que miden su cumplimiento. En el cuadro a continuación, se presentan los indicadores de gestión de Viña San Pedro, separados por cada uno de los tres Pilares Estratégicos.



(1) Cada indicador se encuentra cuantificado para los años 2005, 2006 y 2007.
 (2) Estudio de nivel de servicio a clientes y ejecución de Plan Punto Máximo.





PISCO



Plan Estratégico

De acuerdo a lo establecido en el Plan Estratégico de CCU para el período 2002-2004, en septiembre de 2002 se creó la filial Pisconor S.A., con el objeto de entrar al negocio del pisco. Esta filial tiene como misión producir y comercializar pisco, para ser uno de los líderes de la industria en el mediano plazo.

El desarrollo de Pisconor demostró tener interesantes perspectivas y ha contado con el respaldo de toda la infraestructura y experiencia de CCU, dentro de cuyas particularidades está el conocimiento del consumidor, la identificación de sus necesidades y su eficiente fuerza de ventas. Asimismo, la estacionalidad de su consumo lo hace perfectamente complementario con los otros productos que distribuye la Compañía.

Lo anterior se refuerza por el hecho que la industria del pisco es una de las 10 principales industrias de consumo masivo que existen en el país, con ventas que de acuerdo a ACNielsen alcanzaron a US\$123 millones el año 2003, lo que constituye una alternativa atractiva desde el punto de creación de valor para los accionistas de la Compañía.

Ruta Norte se introdujo al mercado en el mes de febrero de 2003, ofreciendo un pisco de 35 grados, segmento que representaba alrededor de dos tercios del mercado en aquel entonces, en un formato de 700cc con altos estándares de calidad.

En esta nueva aventura se intentó ser innovador en todo aspecto, usando un posicionamiento orientado a gente joven, inédito hasta el momento en la industria del pisco, ligando la marca a estilos de vida en vez de asociarla al origen o a su producción, y se diseñó una botella moderna con una etiqueta transparente, tapa larga y un producto de atractivo color dorado. Continuando con las innovaciones, en el mes de septiembre de 2003 se lanzó una botella de 1.400cc, inédita en la industria.

En enero de 2004 Pisconor introdujo al mercado Ruta Sour, un pisco sour listo para su consumo, ingresando al segundo segmento de la industria del pisco y al de mayor crecimiento. Este segmento representaba 23% de la industria de acuerdo a la última medición de ACNielsen del año 2004.

Durante julio se puso en marcha el Plan Punto Máximo, orientado a maximizar la rentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de clientes y consumidores.

En noviembre, Pisconor amplió su variedad de productos con Ruta Sour Light, un cocktail con 40% menos calorías y sólo 12 grados de alcohol, en un envase de vidrio plateado que simula una coctelera.

A fines de 2004, Pisconor logró una participación de mercado de 18%, la cual se descompone en 11% con Ruta Norte y 7% con Ruta Sour,

MI UNIVERSIDAD PREFERIDA ES LA U.V.A.

RUTA NORTE
PISCOLOGÍA PURA.



convirtiendo a Ruta Norte en la segunda marca del mercado, un resultado excepcional si se considera que el producto fue lanzado al mercado en febrero de 2003.

Marcas

Pisconor penetró el mercado del pisco con Ruta Norte, una marca enfocada al segmento de hombres y mujeres jóvenes, consumidores habituales que buscan calidad y asocian su marca de pisco a su estilo de vida. El concepto detrás de su campaña es la "Piscología", definida como el saber espontáneo que observa, estudia y explica todo el universo de los momentos de relaxo y entretención, desde lo más actitudinal, simple y cotidiano. Todos somos Psicólogos.

Con sus marcas Ruta Norte, Ruta Sour y Ruta Sour Light, Pisconor es una empresa que se ha destacado por innovar constantemente. En sólo dos años de existencia, ya ha lanzado tres productos muy exitosos, lo que se refleja en el 18% de participación de mercado alcanzado en la última medición del año 2004, de acuerdo a los datos de ACNielsen.

Los lanzamientos de Ruta Sour y Ruta Sour Light son el resultado del desarrollo e inversión en tecnología de punta que ha realizado Pisconor, lo que le permite estar siempre a la vanguardia de la innovación elaborando productos de gran calidad.



Cabe destacar que Ruta Sour fue premiado con el SIAL D'OR al ser elegido el mejor producto chileno en el Salón Internacional de la Alimentación de París (SIAL), una de las ferias internacionales de alimentos más importante del mundo realizada en Francia. Este reconocimiento se da a los productos que hayan introducido innovaciones en su industria y que tengan un reconocido éxito en el mercado nacional.

A nivel local, Pisconor obtuvo tres premios

EFFIE, que reconocen la efectividad y creatividad de la industria publicitaria. Ruta Norte obtuvo el Gran EFFIE y el premio EFFIE de Oro por la campaña "Picología Pura", que refleja claramente la personalidad de los jóvenes de hoy y su estilo de diversión. Adicionalmente, Ruta Sour obtuvo el EFFIE de Plata por su campaña de lanzamiento.

Durante el año 2003, la Compañía introdujo el Modelo de Preferencia en este segmento, con el cual mide el valor de sus marcas. Con este modelo, la Compañía realiza un seguimiento periódico de los indicadores de preferencia, obteniendo información

que luego se traduce en un eficiente y oportuno método de toma de decisiones para cada marca, y permite además, medir en forma concreta el desempeño de los responsables de éstas. A menos de dos años de su lanzamiento, el indicador de Primera Preferencia alcanzó a 8%.

Producción

El pisco se produce en la planta que la Compañía posee en Vicuña, Valle de Elqui, IV

Región de Chile, desde donde el producto es distribuido a todo el país. Esta planta funciona con los más altos estándares de calidad y posee un laboratorio de última generación.

Para la elaboración de Ruta Sour Light y atender la creciente demanda por sus productos, Pisconor invirtió US\$600 mil en la adquisición de una nueva línea con lo cual aumentó 2,5 veces la capacidad de producción de la planta, permitiéndole envasar hasta 8.000 botellas por hora. Llevar a cabo este proyecto significó invertir en equipos especializados lo que convierte a la planta en la más moderna del país para la elaboración de pisco sour.

Distribución

Pisconor S.A. vende sus productos, en conjunto con cerveza, a través de la fuerza de ventas de Pisconor en todos los canales del país. De esta forma se aprovechan las sinergias existentes en la venta como asimismo en la distribución conjunta de todos los productos de la Compañía realizada por Transportes CCU Ltda.

Resultados Financieros

Durante el año 2004, el volumen de venta de Pisconor alcanzó a 69.704 hectólitros, 118,8% más que en 2003, explicado principalmente por el aumento de la cobertura y la introducción de Ruta Sour y Ruta Sour Light durante el año. Los ingresos por ventas alcanzaron a \$8.400 millones, 76,9% más que el año 2003,

obteniendo un resultado operacional negativo de \$312 millones, comparado con una pérdida operacional de \$1.135 millones el año 2003. El resultado final del año 2004 fue una pérdida neta de \$275 millones versus una pérdida neta de \$1.043 millones el año 2003. Los resultados negativos de Pisconor S.A. se explican por la alta inversión en marketing que realiza la empresa, toda vez que aún está construyendo valor de marca. Adicionalmente, la competencia disminuyó los precios del pisco desde la entrada de Ruta Norte, lo que ha afectado la rentabilidad de la industria.

Perspectivas Futuras

El Plan Estratégico de Pisconor para el período 2005-2007 establece las prioridades para este segmento de negocio de la Compañía en los próximos tres años. Este plan consta de cinco Objetivos Estratégicos basados en los pilares de Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad:

1. Enfocarse en mantener el crecimiento para lograr una importante participación de mercado el año 2007
2. Excelencia en la gestión para el logro de la participación de mercado
3. Excelencia en la ejecución de los procesos comerciales (Plan Punto Máximo)
4. Generar las capacidades productivas que sustenten el crecimiento y que mantengan altos los estándares de calidad



RUTA SOUR LIGHT
COCTELERA

PISCOLOGÍA SOUR



5. Ser proactivo en las actividades que faciliten la consolidación de la industria

Pisconor debe continuar por la senda de crecimiento en que se encuentra, introduciendo novedades al mercado para obtener las participaciones establecidas. Para esto, continuará con una inversión considerable en marketing, más que duplicando la tasa de la industria.

La excelencia en la ejecución de los procesos comerciales, objetivo que se materializó a través de la puesta en marcha del Plan Punto Máximo en todo Chile, facilitará la ejecución de la venta adecuando la cobertura de marcas y empaques hacia productos de mayor rotación, que maximizan el margen de la Compañía y el margen del cliente, al satisfacer mejor las ocasiones de compra y consumo.

Para poder hacer frente al crecimiento esperado, Pisconor debe contar con la capacidad productiva necesaria y que cumpla con los más altos estándares de calidad para asegurar el valor de la Compañía en el largo plazo.

Pisconor debe estar atento para aprovechar las oportunidades que se presenten para consolidar la industria del pisco en Chile.

El nuevo Plan Estratégico materializa los objetivos trazados para el próximo trienio con indicadores que miden su cumplimiento. En el cuadro a continuación, se presentan los indicadores de gestión de Pisconor, separados por cada uno de los tres Pilares Estratégicos.



(1) Cada indicador se encuentra cuantificado para los años 2005, 2006 y 2007.

(2) Cumplimiento de atributos técnicos de calidad y percepción de los consumidores sobre la calidad de los productos.

CERDO





OTROS NEGOCIOS

CCU participa del 50% de Cervecería Austral S.A. (Austral) y de Compañía Cervecera Kunstmann S.A. (Kunstmann), las cuales están ubicadas en las ciudades de Punta Arenas y Valdivia. Estas dos empresas forman los otros negocios cerveceros de la Compañía.

En enero de 2004 CCU ingresó a la industria de los productos "Listos para su Consumo" al adquirir el 50% de Calaf S.A. (Calaf). Calaf es una empresa con más de cien años de tradición que fabrica caramelos, chocolates y galletas. De esta forma, CCU quiere evaluar sus capacidades para vender productos distintos a bebidas aprovechando su vasta red de venta y distribución, además de su plataforma de servicios compartidos.

Otros Negocios Cerveceros

Unidad Estratégica de Negocios: Cervecería Austral S.A.

CCU posee desde noviembre de 2000, una participación de 50% en Cervecería Austral. Dicha empresa opera una planta elaboradora de cerveza en el extremo sur de Chile, en la ciudad de Punta Arenas, con una capacidad anual de producción de

aproximadamente 50.000 hectólitros de cerveza, siendo la cervecería más austral del mundo. El 50% restante pertenece al grupo Malterías Unidas.

Cervecería Austral está presente en la industria cervecería nacional desde 1896. Sus marcas son: Austral, Polar Imperial, Maracaibo y König. Siendo estas dos primeras las principales marcas ubicadas ambas en el segmento premium del mercado nacional. En conjunto, dichas marcas poseen una participación de mercado de 1,4% a nivel nacional, lo que representa 13% de la categoría premium, posicionando a Austral como la tercera marca más importante en dicho segmento.

A partir de octubre del 2001, CCU Chile comenzó a vender cerveza Austral a través de todo el país, poniéndose en marcha un plan de marketing que destaca su carácter premium y también el hecho de ser la cerveza más austral del mundo. Adicionalmente, estos productos tienen una perspectiva de crecimiento importante en el sur de Argentina y en el exterior a través de exportaciones.

En marzo de 2003, Cervecería Austral obtuvo de parte de CCU la licencia para producir y comercializar las marcas Cristal, Escudo y Dorada en la zona de Punta Arenas.

Resultados Financieros

Durante el año 2004, el volumen de venta de Cervecería Austral alcanzó a 51.203 hectólitros, 2,9% más que en 2003. Los ingresos por ventas alcanzaron a \$2.818 millones, 5,7% más que el año 2003, obteniendo una utilidad operacional de \$28 millones, comparado con una pérdida operacional de \$373 millones el año 2003. El resultado final del año 2004 fue una utilidad neta de \$18 millones versus una pérdida neta de \$332 millones el año 2003. El año 2004 fue primera vez que Cervecería Austral obtuvo resultados operacional y final positivos,



AUSTRAL®

C E R V E Z A P R E M I U M

principalmente gracias a las mayores ventas y eficiencias realizadas en sus operaciones.

Unidad Estratégica de Negocios: Compañía Cervecera Kunstmann S.A.

CCU posee desde mayo de 2002, una participación de 50% en Compañía Cervecera Kunstmann S.A. Dicha empresa posee una planta elaboradora de cerveza en la ciudad de Valdivia, a 850 kilómetros al sur de Santiago, con una capacidad de producción anual de 45.000 hectólitos de cerveza. Dicha capacidad fue ampliada durante el año 2004, donde destaca un nuevo cocedor que duplicó la capacidad de cocimiento de la planta. El 50% restante de Kunstmann pertenece a Cervecera Valdivia S.A., ligada a la familia Kunstmann.

Kunstmann inició sus operaciones en 1991. Sus variedades de cerveza son: Kunstmann Lager, Anwandter Original Bock, Toro Bayo Pale Ale, Kunstmann Sin Alcohol y Kunstmann Miel, siendo esta última incorporada a fines de 2004. Todas ellas se ubican en el segmento premium del mercado nacional, el de más alto crecimiento en los últimos años. En conjunto, dichas marcas poseen una participación de mercado de 0,8% a nivel nacional y 9,3% del mercado premium, concentrando sus ventas principalmente en la zona sur del país. Adicionalmente, se ha exportado cerveza Kunstmann a Japón, cuyo monto ha ido creciendo anualmente.

Resultados Financieros

El volumen de venta de Compañía Cervecera

Kunstmann S.A. alcanzó a 34.196 hectólitos durante el año 2004; 32,9% más que en 2003. Los ingresos por ventas alcanzaron a \$2.033 millones, 27,6% más que el año anterior. El resultado operacional fue de \$358 millones y la utilidad neta alcanzó a \$302 millones, lo que representa crecimientos de 7,7 y 3,1 veces en relación a 2003, respectivamente. Este mejor resultado se explica, principalmente,

por las mayores ventas como consecuencia de la distribución de los productos Kunstmann a través de la fuerza de venta de CCU Chile en todo el país.

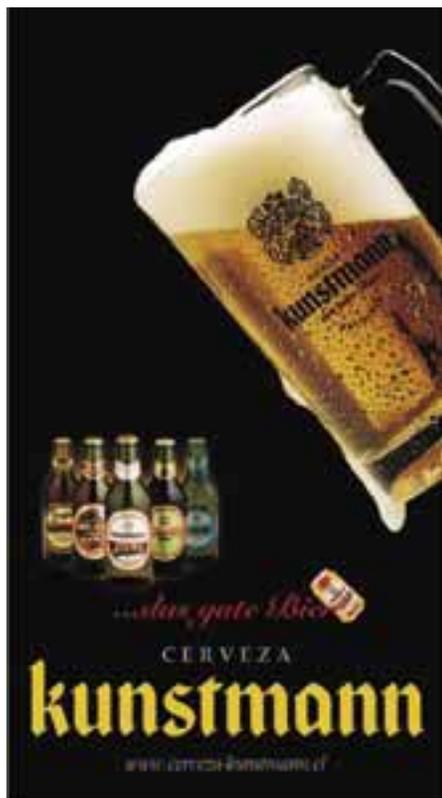
Industria de Productos Listos para su Consumo

Unidad Estratégica de Negocios: Calaf S.A.

CCU posee desde enero de 2004, una participación de 50% en Calaf. Dicha empresa fue adquirida a través de un joint venture en partes iguales entre su filial Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. ("ECUSA") e Industria Nacional de Alimentos S.A., compañía controlada por Quiñenco S.A., con el objetivo de entrar al negocio de los confites para evaluar las habilidades de

CCU de distribuir otros productos distintos de bebestibles. De esta forma, la Compañía ingresa a la industria de los productos "Listos para su Consumo" que ofrece un interesante potencial de crecimiento, con un tamaño cercano a los US\$1.000 millones, similar a los negocios en los que ECUSA participaba anteriormente.

El negocio de confites demostró tener interesantes perspectivas para CCU, debido a que posee sinergias significativas con las otras líneas de productos en los aspectos de



venta, distribución y plataforma de servicios compartidos. Asimismo, la estacionalidad de su consumo lo hace perfectamente complementario a los otros productos que distribuye la Compañía.

Los productos Calaf son vendidos en conjunto con las gaseosas de ECUSA, alcanzando un potencial de más de 90.000 clientes. El respaldo de CCU ha permitido un gran aumento en la cobertura de sus productos, creciendo sus clientes de 20.000 en 2003 a más de 60.000 el año 2004.

Durante los primeros meses de operación, se buscó mejorar significativamente la producción. La antigua fábrica ubicada en la ciudad de Talca experimentó una completa reingeniería orientada a mejorar los estándares de calidad, tanto de la parte productiva como de los productos propiamente tal. Como consecuencia de lo anterior, se reformularon los productos y se mejoró la calidad de las materias primas. En septiembre, y junto con el lanzamiento de una nueva imagen, se desarrolló una completa campaña de marketing para comunicar la nueva imagen de la marca, lo que implicó cambios en los empaques y material de punto de venta. La campaña de marketing está basada en "La Tribu

Calaf", la cual incluye divertidos personajes que aparecen en televisión, vía pública y afiches en buses escolares, una innovación en la industria publicitaria chilena. Como consecuencia de lo anterior, el último trimestre del año, las ventas de productos Calaf mostraron un importante crecimiento.

Calaf cuenta con un portafolio de 60 marcas y 90 productos; destacando los snacks bañados en chocolate como Inkat, Cremolate, Ricolate y

El Alfajor. Sus mayores fortalezas se concentran en el segmento

caramelos y gomas destacando dentro de sus productos principales las calugas Suny, los marshmallows Malva Choc y los Goyac. Adicionalmente, elabora galletas de diversos sabores y formas.



El objetivo de Calaf en este nuevo escenario es consolidar y rentabilizar el negocio dentro de los próximos tres años.

Resultados Financieros

El volumen de venta de Calaf S.A. alcanzó a 4.981 toneladas durante el año 2004; 5,3% más que en 2003. Los ingresos por ventas alcanzaron a \$6.091 millones, obteniendo un resultado

operacional de \$59 millones y una utilidad neta de \$63 millones, generando un EBITDA de \$519 millones. En su primer año de operación, Calaf S.A. obtuvo resultados positivos, revirtiendo la tendencia que tenía la antigua sociedad formada por los anteriores propietarios. Estos resultados se explican, principalmente, por la nueva administración y los ajustes realizados en costos y gastos durante el año.



Contenido

Actividades y Negocios

Actividades del Comité de Ditectores

Accionistas Mayoritarios y Dividendos

Hechos Relevantes y Remuneraciones

Filiales y Coligadas de CCU S.A.

Estados Financieros

Información Adicional y Estados Financieros

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 permite aprovechar de la mejor manera las sinergias entre las Unidades Estratégicas de Negocio (UEN), las Unidades Estratégicas de Servicio (UES) y las Unidades de Apoyo Corporativo (UAC), han permitido a CCU realizar una positiva gestión durante el año 2004.

Dentro de las actividades realizadas por la Compañía destacan las siguientes:

Producción de Cervezas en Chile

CCU cuenta con tres plantas productivas ubicadas en las ciudades de Antofagasta, Santiago y Temuco. En estas plantas, la Compañía elabora un diverso portafolio de productos. Sus marcas propias son Cristal, Morenita, Royal Guard, Royal Light, Escudo, Dorada y Lemon Stones. Junto con ello, bajo licencia, produce las cervezas premium Heineken, Paulaner y Austral.

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

Producción y Comercialización de Cervezas en el Extranjero

CCU participa en la producción y comercialización de cervezas en Argentina, en las ciudades de Salta y Santa Fe. En Argentina sus principales marcas son Schneider, Santa Fe, Salta, Córdoba, Rosario, y bajo licencia, Budweiser y Heineken. Asimismo, CCU exporta cerveza a diversos países.

Producción de Bebidas Analcohólicas y Néctares

Dentro del segmento gaseosas y néctares, elabora los productos Crush, Crush Light, Canada Dry Limón Soda, Canada Dry Ginger Ale, Canada Dry Ginger Ale Light, Canada Dry Agua Tónica, Canada Dry Agua Tónica Light, Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Twist, Pepsi Twist Light, Seven Up, Seven Up Light y Watt's, todos bajo licencia, junto a las marcas propias Bilz, Bilz Light, Pap, Pap Light, Kem, Kem Xtreme y Nobis.

La Compañía cuenta con tres plantas productivas ubicadas en las ciudades de Antofagasta, Santiago y Talcahuano.

Embotellación de Aguas Minerales

Las aguas minerales Cachantun y Porvenir son producidas y comercializadas en el país por Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA). La Compañía cuenta con dos fuentes naturales donde es embotellada el agua mineral: Cachantun en Coinco, VI Región, y Porvenir en Casablanca, V Región.

Producción de Vinos

CCU complementa sus líneas de bebidas con la elaboración de los vinos de Viña San Pedro S.A. (VSP), los cuales se comercializan en el mercado nacional y extranjero. Sus principales marcas son Gato, Urmeneta, Las Encinas, 35 Sur-35 South, Castillo de Molina, "1865", Cabo de Hornos y el portafolio de Viña Santa Helena que comprende su línea "Cuatro Estaciones" formada por Vernus, Notas de Guarda y D.O.N. (De Origen Noble), que se suman a Selección del Directorio, además de Siglo de Oro, Tradición y Gran Vino. Los vinos se comercializan en botellas de vidrio, empaques de cartón, garrafas y a granel.

VSP cuenta con plantas productivas en las ciudades de Totihue, Lontué, Molina y San Fernando.

El año 2000, Viña San Pedro adquirió Finca La Celia, ubicada en el departamento de San Carlos, al sur de la provincia de Mendoza, Argentina. Finca La Celia produce y exporta vinos, siendo sus principales marcas La Celia, La Consulta y Furia.

Producción de Pisco

CCU incorporó el negocio del pisco a sus actividades en febrero de 2003 a través de su filial Pisonor S.A., comenzando su comercialización bajo la marca Ruta Norte. Durante el año 2004 se desarrollaron las marcas Ruta Sour y Ruta Sour Light. La Compañía cuenta con una planta productiva en el valle del Elqui, IV Región.

Producción de Confites

En enero de 2004 CCU ingresó al negocio de los confites con la creación de un joint venture entre su filial ECUSA e Industria Nacional de Alimentos S.A., ésta última una empresa controlada por Quiñenco S.A. Este joint venture adquirió los activos de Calaf, una tradicional fábrica de confites con una planta productiva en Santiago y otra en Talca.

Comercialización, Distribución y Venta de Cervezas, Vinos, Pisco, Gaseosas, Confites y Productos Naturales, Aguas Minerales y Néctares

CCU Chile Ltda., ECUSA, Viña San Pedro S.A. y Pisonor S.A., filiales de CCU, y su coligada Calaf S.A. son las filiales de CCU encargadas directamente de las actividades productivas y comerciales en el país. A su vez, la distribución de los productos está a cargo de la sociedad filial Transportes CCU Ltda. En Argentina estas operaciones son desarrolladas por las filiales de CCU Argentina S.A.

Fabricación y Comercialización de Botellas Plásticas

Fábrica de Envases Plásticos S.A. (PLASCO) produce prácticamente la totalidad de las botellas plásticas retornables y no retornables utilizadas por CCU Chile y ECUSA.

Importación, Venta y Distribución de Cervezas Importadas

En Chile, el portafolio de cervezas importadas por CCU está integrado por Budweiser de Anheuser-Busch International Inc., distribuida desde 1996 en todo Chile. En Argentina se importan las cervezas Guinness y Corona.

Contratos

CCU tiene contratos de licencia respecto de las marcas y productos Pepsi, Crush, Canada Dry, Watt's y las cervezas premium Heineken y Paulaner, los que le otorgan a la Compañía exclusividad para elaborar y comercializar dichos productos en el país.

En cuanto a la cerveza Budweiser, en Chile la Compañía es el distribuidor exclusivo. En Argentina, CCU fabrica Heineken y Budweiser, bajo sendos contratos de licencia exclusiva para la producción y comercialización de estos productos.

Para satisfacer sus requerimientos de malta, una de las principales materias primas en la elaboración de cervezas, CCU celebra anualmente contratos de compraventa de malta, en los mercados doméstico e internacional, con proveedores de primera línea.

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 ello mantiene una atención directa y personalizada con sus clientes, principalmente a través de personal local.

La comercialización de sus productos está dirigida básicamente al comercio minorista, integrado por supermercados, restaurantes, botillerías, fuentes de soda y otros. De esta forma, CCU atiende a través de sus filiales alrededor de 93.000 clientes en Chile. Sus principales clientes son las cadenas de supermercados Líder y Cencosud.

La Compañía es líder en el mercado cervecero local, con una participación de aproximadamente 90%. Su principal competidor es Cervecería Chile S.A. que cuenta con alrededor de 9% del mercado.

En el negocio del pisco, al cual la Compañía ingresó en febrero de 2003, Ruta Norte logró una participación de mercado de 18% de acuerdo a la última medición de ACNielsen del año 2004. El líder del mercado es Capel con 50%, seguido de Control con 31%.

En el caso de gaseosas, CCU es el segundo mayor embotellador con aproximadamente 22% del mercado. Los embotelladores de Coca Cola poseen una participación de alrededor de 66%.

CCU es el principal productor de agua mineral con 64% del mercado, su competidor más importante es Vital con una participación de 30%.

En el segmento de los néctares en botellas, la Compañía, a través de néctar Watt's, es líder con 52% de éste, siendo su principal competidor Andina con 31% de participación.

Viña San Pedro es el segundo exportador de vinos de Chile con 11% de los envíos, luego de Concha y Toro que posee 18% del mercado. En el mercado doméstico VSP es la tercera viña con 17% de éste, la preceden Concha y Toro y Santa Rita, ambos con 25% de participación.

En Argentina, CCU es la segunda cervecera con una participación de 15%. El líder es Quilmes con 78%, quien ahora maneja en dicho mercado las marcas de AmBev.

Los datos de participaciones de mercado provienen de estimaciones internas, estudios de ACNielsen Chile S.A., Asociación de Viñas de Chile A.G., y Cámara de la Industria Cervecera Argentina (CICA).

Investigación y Desarrollo

Investigación y desarrollo de nuevos productos, de marcas y mercados se realizan continuamente y se llevan a gastos. La Compañía no invierte grandes recursos en investigación y desarrollo tecnológico, pues se beneficia de los contratos de licencia y asistencia técnica que posee con Heineken para Chile y Argentina, y del contrato de licencia con Anheuser-Busch para la producción de Budweiser en Argentina.

Políticas de Inversión y Financiamiento

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, así como a la adquisición –con fines de crecimiento– de participaciones en empresas afines a sus actividades tanto en Chile, como en el exterior.

El financiamiento de las inversiones proviene principalmente del flujo operacional generado por la Compañía y de la contratación de nuevos créditos, velando siempre por mantener una adecuada estructura para minimizar los costos de capital, así como de plazos y niveles de endeudamiento compatibles con la generación de sus flujos de caja operacionales.

La Compañía invierte sus excedentes de caja en depósitos a plazo, fondos mutuos y pactos. Asimismo, realiza operaciones de seguro de cambio para calzar sus saldos en monedas extranjeras.

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, que se reflejan en los precios y volúmenes de venta de los productos elaborados y comercializados por la Compañía y sus filiales. Ellos incluyen, entre otros, el éxito de CCU en la ejecución de su programa de inversiones, la naturaleza y el grado de competencia futura en los principales segmentos de negocios de la Compañía, así como también los acontecimientos políticos y económicos en Chile, Argentina y demás países en que CCU actualmente realiza negocios o prevé 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 Fitch Ratings y BBB+ por Standard & Poor's.

Seguros

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

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 por Cristal, Escudo, Royal Guard, Royal Light, Morenita, Dorada y Lemon Stones. En Argentina, cuenta con Schneider, Salta, Santa Fe, Córdoba y Rosario; y en otros países, entre otras, Andes y Aysén.

Dentro del segmento de gaseosas y aguas minerales, en Chile CCU cuenta con las marcas Bilz, Bilz Light, Pap, Pap Light, Kem, Kem Xtreme, Nobis, Cachantun, Cachantun Light, Cachantun O2 y Porvenir.

En el negocio del pisco, CCU posee las marcas Ruta Norte, Ruta Sour y Ruta Sour Light, esta última lanzada a fines de 2004.

También la Compañía es titular de importantes licencias en Chile de marcas nacionales e internacionales, tales como Heineken, Budweiser, Austral y Paulaner en cervezas, junto a Crush, Canada Dry, Pepsi y Seven Up en gaseosas, Gatorade en bebidas funcionales y Watt's en néctares.

En el negocio de los confites, los diversos productos se elaboran bajo la marca Calaf, además de otras específicas de cada producto.

Actividades del Comité de Directores

I.- INTEGRANTES

El Comité de Directores está integrado por los Sres. Jorge Carey Tagle, Alejandro Strauch Aznarez y Francisco Pérez Mackenna, directores los dos primeros independientes del controlador, y el tercero vinculado al controlador. La Secretaria del mismo durante el año 2004 fue la abogada de la sociedad Sra. Margarita Sánchez Acevedo.

Esta designación fue efectuada por el Directorio en su sesión N° 1.924, celebrada el día 5 de mayo de 2004, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046 y la Circular N° 1.526 de la Superintendencia de Valores y Seguros. Entre el 1 de enero de 2004 y la fecha de la sesión antes referida, la composición del Comité de Directores fue la misma.

II.- FUNCIONAMIENTO Y MATERIAS TRATADAS

El Comité sesionó mensualmente, levantándose actas de cada reunión.

En el ejercicio de sus funciones, el Comité se reunió regularmente con los Gerentes de la Compañía y de sus filiales y coligadas, con los Auditores Externos y Auditores Internos, a fin de tratar los temas relevantes de índole financiera, contable, administrativa, legal y otros relacionados con la gestión de la Sociedad.

Las diversas materias analizadas y gestiones desarrolladas por el Comité durante el ejercicio 2004 fueron:

- 1) Examen de la gestión desarrollada por los Auditores Externos PricewaterhouseCoopers (PwC) y detalle de los servicios que PwC prestará a la Compañía y a sus filiales y el plan de auditoría externa, así como los mecanismos para asegurar la independencia de los auditores externos en el desempeño de sus funciones y la declaración y confirmación respectivas.
- 2) Recepción y examen de informe de los auditores externos respecto de las exigencias formuladas por la Securities and Exchange Commission (SEC) y la Ley Sarbanes-Oxley de U.S.A.
- 3) Implantación de la Sección 404 de la Ley Sabarnes-Oxley sobre Evaluación General de Controles Internos, para CCU y filiales.
- 4) Revisión y análisis de los estados financieros anuales, semestrales y trimestrales (FECUs) y del Informe 20 F (Informe Anual a presentar a la SEC).
- 5) Conocimiento de Norma de Carácter General N° 160 de la SVS que reduce plazos de entrega de informes con los estados financieros.
- 6) Examen de los principales criterios contables que aplica la Sociedad; y, en especial, revisión de los criterios de valorización de inversiones en empresas relacionadas con motivo de la dictación de las Circulares Nos. 1.697 y 1.698 por la Superintendencia de Valores y Seguros que modifican normas de valorización sobre tales inversiones.
- 7) Análisis de las "Recomendaciones Sobre Procedimientos Administrativo-Contables" elaboradas por los auditores externos y seguimiento del avance de su implementación.
- 8) Examen de los términos y condiciones de las siguientes transacciones con personas relacionadas o en los que un director tenga interés para ser sometidas a la consideración del Directorio:

Operaciones Art. 44 y 93 de la Ley N° 18.046

i) Contratación de asesoría legal en materia tributaria del Estudio Carey y Cía., del cual el director Sr. Jorge Carey Tagle es socio.

ii) Adquisición de dos pisos del futuro Edificio CCU por parte de Inversiones Inmobiliarias Ocho S.A., accionista minoritaria de la adquirente de un terreno de CCU y constructora del referido Edificio, sociedad aquélla de la cual los ejecutivos Sres. Patricio Jottar Nasrallah, Dirk Leisewitz Timmermann y Alvaro Fernández Fernández son accionistas minoritarios, en conjunto con terceros.

Operaciones Art. 89 de la Ley N° 18.046

i) Entre la matriz y filiales

- Otorgamiento de un crédito directo a la filial Compañía Industrial Cervecera S.A. (CICSA) por un monto de MM\$1.264 con una tasa de interés de Libo más un 0,55%, para el pago del precio de compra de ciertos activos que ésta adquiriera de CCU para su Planta de Salta, Argentina.

ii) Entre filiales

- Venta de vino entre Viña San Pedro S.A. y Pisconor S.A.
- Arriendo de oficinas entre Viña San Pedro S.A. y Transportes CCU Ltda.
- Contrato de distribución de vinos en Argentina, entre Finca La Celia y Compañía Industrial Cervecera S.A.

iii) Con otras personas relacionadas

- Contrato de servicios de impresión entre CCU y Editorial Trineo S.A., empresa relacionada con el Grupo Luksic.
- Contrato de compra de envases flexibles de polipropileno entre CCU, que actúa por cuenta de Calaf S.A., y Alusa, empresa relacionada con el Grupo Luksic.
- Contratos celebrados con empresas relacionadas de CCU en el contexto de la emisión de bonos, entre JP Morgan Chase Bank, banco estructurador de la emisión de bonos, y Banchile Corredores de Bolsa S.A., agente colocador, y el Estudio Carey y Cía., asesor legal de la emisión.
- Contrato entre Calaf S.A. y Comercial Patagona Ltda. para la comercialización y distribución de los productos de la primera en la XII Región del país.
- Modificación del contrato de licencia celebrado entre Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y Heineken Brouwerijen B.V., relativa al aumento de la inversión de marketing para el año 2005.
- Contrato de suministro entre Compañía Industrial Cervecera S.A. (CICSA) y Heineken Brouwerijen B.V. para venta de cerveza Heineken en Uruguay.
- Discusión preliminar sobre un contrato marco de asistencia técnica con Heineken Technical Services B.V., el cual aún no se ha suscrito.
- Análisis de los términos de la solicitud efectuada por el accionista Anheuser-Busch Companies, de colaborar en el proceso de oferta de las acciones que dicho accionista tiene en la Compañía, denominado "Secondary Offering".

- 9) Revisión del catastro de contratos con empresas y personas relacionadas en materia de arrendamiento de Plantas y oficinas, envases, vehículos y grúas, maquinarias, licencias, cuenta corriente mercantil, distribución y otros de tracto sucesivo.
- 10) Examen de los contratos a celebrarse con auditores externos y firmas clasificadoras de riesgo.
- 11) Informes sobre juicios y contingencias que afectan a la Sociedad o a sus empresas filiales y coligadas. En particular, el Comité tomó conocimiento del cierre de la investigación iniciada por la Superintendencia de Valores y Seguros en relación al traspaso de acciones por suplantación de persona, sin establecer responsabilidad administrativa para CCU en los hechos.
- 12) Examen y formulación de recomendaciones respecto del programa, procedimientos y resultados de auditorías internas efectuadas a la Compañía.
- 13) Examen de la cobertura de seguros contratados.
- 14) Información respecto de los registros de marcas comerciales de la Sociedad y de sus filiales y coligadas y de la política de registro y protección de los mismos.
- 15) Análisis y revisión del Sistema de Remuneraciones y Compensaciones a Gerentes y Ejecutivos.
- 16) Conocimiento y revisión de las Políticas de Capacitación, Retiro, Seguridad Industrial y de los resultados de las mediciones de Clima Laboral.
- 17) Examen del Código de Etica elaborado por la Compañía.
- 18) Análisis de la fusión por absorción de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. en Comercial CCU Santiago S.A.
- 19) Revisión políticas de provisiones.
- 20) Análisis de cobertura de tasa y tipo de cambio de Crédito Sindicado año 2003.
- 21) Análisis aspectos tributarios de operaciones de CCU y filiales.
- 22) Análisis de la distribución de utilidades de filiales.

III.- GASTOS

Durante el ejercicio 2004, el Comité desarrolló sus funciones con los recursos internos de la Compañía, por lo cual no requirió contratar asesores ni efectuar gastos con cargo al presupuesto aprobado por la Junta Ordinaria de Accionistas.

Accionistas Mayoritarios y Dividendos

Al 31 de diciembre de 2004, el total de acciones suscritas y pagadas al cierre del ejercicio asciende a 318.502.872.

EL ACCIONISTA CON MAS DE 10% DEL CAPITAL CON DERECHO A VOTO ES:

Inversiones y Rentas S.A.	196.269.358	61,62%
---------------------------	-------------	--------

Inversiones y Rentas S.A. (IRSA), accionista controlador de CCU, es una sociedad anónima chilena inscrita en el Registro de Valores y Seguros con el n°617 cuyos socios son las sociedades Quiñenco S.A. y Heineken Chile Limitada, las cuales poseen cada una de ellas el 50% del capital accionario de IRSA.

Quiñenco S.A. es una sociedad anónima abierta constituida de acuerdo a las leyes chilenas y su controlador es la familia Luksic. Las personas naturales vinculadas indirectamente y controladoras de Quiñenco S.A. son los Sres. Andrónico Luksic Abaroa, RUT 1.926.613-3, Andrónico Luksic Craig, RUT 6.062.786-K, Guillermo Luksic Craig, RUT 6.578.597-8, y Jean Paul Luksic Fontbona, RUT 6.372.368-1.

Heineken Chile Limitada es una sociedad de responsabilidad limitada chilena cuyo controlador actual es Heineken Americas B.V., sociedad de responsabilidad limitada holandesa, filial de Heineken International B.V., la cual es a su vez filial de Heineken N.V. El socio mayoritario de Heineken N.V. es la sociedad holandesa Heineken Holding N.V., sociedad filial de la sociedad suiza L'Arche Holding S.A. La persona natural que posee el 99% de las acciones de L'Arche Holding S.A. es la Sra. Charlene Lucille de Carvalho-Heineken.

El 12 de noviembre de 2004, Anheuser-Busch International Holdings, Inc. Chile II Ltda. vendió 63.695.333 acciones de la Compañía en un remate en la Bolsa de Comercio de Santiago, a \$2.821 por acción, lo que representó \$179.685 millones. Hasta esa fecha Anheuser-Busch International Holdings, Inc. Chile II Ltda. poseía 20,00% de la propiedad de CCU S.A.

LOS 12 MAYORES ACCIONISTAS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2004 SON:

Inversiones y Rentas S.A.	196.269.358	61,62%
Celfin Gardeweg S.A. Corredores de Bolsa	15.805.158	4,96%
JPMorgan Chase Bank (representante tenedores ADR)	13.771.320	4,32%
AFP Habitat S.A.	9.885.365	3,10%
Banchile Corredores de Bolsa S.A.	8.743.076	2,75%
Bolsa Electrónica de Chile, Bolsa de Valores	8.716.624	2,74%
AFP Provida S.A.	7.615.432	2,39%
AFP Cuprum S.A.	5.921.492	1,86%
AFP Santa María S.A.	4.876.567	1,53%
AFP Summa Bansander S.A.	3.203.451	1,01%
Bolsa de Comercio de Santiago, Bolsa de Valores	2.974.866	0,93%
BCI Corredor de Bolsa S.A.	1.709.974	0,54%

Durante el ejercicio 2004, los directores, señores Francisco Pérez Mackenna y Manuel José Noguera Eyzaguirre vendieron 14.897 y 7.996 acciones de la Compañía, respectivamente. Dichas acciones fueron transferidas a un precio de \$2.860 cada una, lo que representó un ingreso de M\$42.605 y M\$22.869 para cada uno de ellos, respectivamente El accionista controlador, Inversiones y Rentas S.A., adquirió 54.233 acciones en el mismo período a un precio de \$2.860 cada una, lo que equivalió a \$155 millones, en carácter de aumento de participación controladora.

RESUMEN DE INFORMACION BURSATIL

Año	Número de Acciones	Monto (miles de \$)	Precio Promedio
2002			
Primer trimestre	6.007.494	13.304.135	2.214,59
Segundo trimestre	9.040.305	18.436.525	2.039,37
Tercer trimestre	6.439.039	12.627.705	1.961,12
Cuarto trimestre	24.449.138	48.626.679	1.988,89
2003			
Primer trimestre	52.611.382	127.434.267	2.422,18
Segundo trimestre	18.209.734	42.648.956	2.342,10
Tercer trimestre	25.904.306	64.865.788	2.504,05
Cuarto trimestre	21.627.821	55.044.918	2.545,10
2004			
Primer trimestre	8.674.843	23.668.965	2.728,46
Segundo trimestre	6.874.081	17.616.856	2.562,79
Tercer trimestre	6.636.172	18.712.155	2.819,72
Cuarto trimestre	108.461.024	309.452.448	2.853,12

POLITICA DE DIVIDENDOS:

La política de dividendos informada por el Directorio en la última Junta General Ordinaria de Accionistas, celebrada el día 22 de abril de 2004, consiste en distribuir el 50 % de la utilidad líquida de cada ejercicio.

Utilidad distribuible del ejercicio finalizado el día 31 de diciembre de 2004:

Utilidad neta (M\$)	45.393.866
Déficit acumulado período de desarrollo filial (M\$)	(362.710)
Utilidad distribuible (M\$)	45.031.156

Por consiguiente, el reparto del dividendo provisorio N° 228, pagado en enero del 2005, equivale a 19,1% de dicha utilidad.

DIVIDENDOS (Valores históricos)

Fecha	Tipo/n°	Monto M\$	Por Acción \$	Utilidad Año
10 de enero de 2005	Provisorio n°228	8.599.578	27,00000	2004
30 de abril de 2004	Definitivo n°227	16.430.512	51,58670	2003
9 de enero de 2004	Provisorio n°226	10.510.595	33,00000	2003
10 de octubre de 2003	Eventual n°225	37.476.816	117,66555	Util. retenidas ejer. ant.
29 de agosto de 2003	Eventual n°224	74.848.175	235,00000	Util. retenidas ejer. ant.
9 de mayo de 2003	Definitivo n°223	13.567.337	42,59722	Util. retenidas ejer. ant.
14 de marzo de 2003	Eventual n°222	56.375.008	177,00000	Util. retenidas ejer. ant.
10 de enero de 2003	Provisorio n°221	7.007.063	22,00000	2002
8 de mayo de 2002	Def. eventual n°220	10.510.595	33,00000	2001
11 de enero de 2002	Provisorio n°219	10.510.595	33,00000	2001

Hechos Relevantes y Remuneraciones

Durante el año 2004 Compañía Cervecerías Unidas S.A. informó a la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) los siguientes Hechos Esenciales:

- 17 de marzo 2004: En reunión extraordinaria celebrada el 16 de marzo, el Directorio acordó que la administración de CCU apoye a Anheuser-Busch Companies, Inc. (A-BC) en la ejecución de una eventual oferta secundaria de acciones de la emisión de CCU de que es dueña una filial de A-BC.
- 19 de marzo 2004: Complementa hecho esencial de 17 de marzo 2004, con el objeto de explicitar el apoyo que CCU otorgara a A-BC en la oferta secundaria de acciones que tiene intención de realizar referida a las acciones de CCU de que es dueña su filial Anheuser-Busch International Holdings, Inc. Chile II Ltda. la que, dependiendo de varios factores, según lo han anunciado, prevén realizar tanto en el ámbito nacional como internacional.
- 7 de octubre 2004: Complementa hecho esencial de cartas de fechas 17 y 19 de marzo y en relación al acuerdo de la sesión ordinaria celebrada el día 6 de octubre, el Directorio acordó efectuar los trámites necesarios para formalizar el apoyo a las cartas referidas a Anheuser-Busch, según se describe en los párrafos anteriores.
- 29 de octubre 2004: Informa que en relación a la carta de fecha 17 de marzo y sus complementos de 19 y 7 de octubre, Anheuser-Busch Companies Inc. informó a la Compañía en su carta de fecha 28 de octubre de 2004, que gestionará la venta de las acciones que posee en CCU, dentro del mercado chileno, sin efectuar el trámite de registro con arreglo a la leyes sobre valores de los Estados Unidos de Norteamérica, por lo tanto no procede que CCU presente a registro ante la SEC el Informe F3, ni en general cumpla con ningún requerimiento de la ley o la práctica norteamericana. De esta forma se modifica en el sentido indicado en el hecho esencial referido anteriormente y la venta de las acciones se llevará a cabo sin la intervención de CCU.

Durante el año 2004 Compañía Cervecerías Unidas S.A. informó a la Superintendencia de Valores y Seguros los siguientes Hechos Relevantes:

- 5 de marzo 2004: Informa acuerdo del Directorio en relación a la propuesta a la Junta General Ordinaria de Accionistas, de la aprobación con cargo a la utilidad del ejercicio del año 2003, del reparto de dividendo definitivo n° 227 de \$51,58670 por acción, cuyo monto total a repartir asciende a \$16.430.512.107. Dicho dividendo corresponde a la diferencia necesaria para completar un total a repartir del 50% de la utilidad del ejercicio del año 2003, por cuanto el dividendo provisorio n° 226 ya pagado, de \$33 por acción, representó 19,50661% de dicha utilidad. En consecuencia, dicho dividendo definitivo n° 227 equivale a 30,49339% de dicha utilidad, enterándose así el 50% definido como política de dividendos.

Durante el mismo período, CCU informó a dicha Superintendencia los siguientes antecedentes:

- 5 de marzo 2004: Acuerdo del Directorio de citar a Junta General Ordinaria de Accionistas para el día 22 de abril de 2004 a las 12:00, a celebrarse en Santiago, Avda. Ricardo Lyon n° 207, salón verde del Hotel Santiago Park Plaza, de la comuna de Providencia.
- 23 de abril 2004: Informa que en la Junta General Ordinaria de Accionistas n° 101 se renovó el Directorio por un período de tres años, quedando integrado por los señores: Jorge Carey Tagle, Andrónico Luksic Craig, Guillermo Luksic Craig, Giorgio Maschietto Montuschi, Manuel José Noguera Eyzaguirre, Carlos Olivos Marchant, Philippe Pasquet, Francisco Pérez Mackenna y Alejandro Strauch Aznarez.
- 23 de abril 2004: Informa reparto de dividendo definitivo n° 227 de \$51,58670 por acción, siendo la fecha de pago el día 30 de abril de 2004, conforme lo dispone la Circular n° 660 de la SVS.
- 6 de mayo 2004: Informa la designación de don Ricardo Reyes Mercandino en el cargo de Gerente General

de la filial Viña San Pedro S.A. y el nombramiento en su reemplazo en el cargo que ocupaba como Gerente de Administración y Finanzas de CCU S.A. a don Ricardo Bartel Jeffery.

- 27 de agosto 2004: Informa el rescate anticipado de la totalidad de los bonos de las series C y D inscritos bajo el n° 181 en el Registro de Valores el día 30 de septiembre de 2004, de conformidad con lo dispuesto en la letra J de la cláusula sexta del Contrato de Emisión de Bonos.
- 16 de septiembre 2004: Informa la solicitud de la inscripción en el Registro de Valores de una emisión de bonos desmaterializada por monto fijo, serie E, dirigida al mercado general.
- 3 de diciembre 2004: Informa reparto de dividendo provisorio n° 228 con cargo a las utilidades del ejercicio, de \$27 por acción, ascendiendo el monto total a repartir a \$8.599.577.544, pagadero a contar del 10 de enero 2005.
- 6 de diciembre 2004: Informa que la filial Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. se ha disuelto por fusión impropia, según los términos del artículo 103, n° 2 de la Ley 18.046, al reunirse la totalidad de sus acciones en la filial Comercial CCU Santiago S.A., pasando a ser esta última la continuadora y sucesora de la primera para todos los efectos legales, y modificando su nombre a Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.

Remuneración del Directorio y Plana Gerencial

Conforme a lo acordado en la Junta General Ordinaria de Accionistas de la sociedad, la remuneración de los directores consiste en una dieta mensual fija de UF100 por director y el doble para el Presidente, cualquiera que sea el número de sesiones que se efectúen en el mes, y una participación equivalente al 5% de los dividendos que se distribuyeren. Este último porcentaje, por acuerdo del Directorio, no se aplicó para el cálculo de la remuneración con relación al dividendo extraordinario de \$168.700 millones pagado durante el año 2003. Adicionalmente, los directores que integran el Comité de Directores y el Comité de Negocios perciben una dieta de UF25 y UF17, respectivamente, por cada sesión a la que asisten.

De acuerdo a lo anterior, los directores recibieron durante los años 2004 y 2003 por dieta y participación, respectivamente, las siguientes remuneraciones (cifras en miles de pesos de diciembre 2004):

Directores	Rut	2004			2003		
		Dieta (*)	Participación	Gastos	Dieta (*)	Participación	Gastos
		M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Guillermo Luksic Craig	6.578.597-8	43.537	153.681	159	44.793	117.255	-
Giorgio Maschietto Montuschi	4.344.082-9	23.091	153.681	159	24.901	117.255	-
Johannes Bauer Spiegel	48.025.928-9	-	76.841	-	10.669	117.255	13.409
Jorge Carey Tagle	4.103.027-5	25.931	153.681	159	24.120	117.255	-
Peter Hellich Sandler	48.032.413-7	-	115.260	2.475	15.572	117.255	6.899
John S. Koykka	48.077.080-3	-	76.841	-	12.990	117.255	-
Andrónico Luksic Craig	6.062.786-K	20.740	153.681	159	20.776	117.255	-
Manuel José Noguera Eyzaguirre	5.894.519-6	20.740	153.681	159	20.776	117.255	-
Carlos Olivos Marchant	4.189.536-5	20.740	38.420	159	5.204	-	-
Philippe Pasquet	48.090.105-3	21.621	76.841	264	11.285	-	-
Francisco Pérez Mackenna	6.525.286-4	28.575	153.681	159	29.840	117.255	440
Alejandro Strauch Aznarez	48.089.689-0	25.499	76.841	159	10.402	-	-

(*) Dieta incluye remuneración de miembros del Comité de Directores y Comité de Negocios

Durante el año 2004, el Directorio incurrió en gastos de asesoría económica de terceros por M\$55.778 (M\$77.874 el año 2003).

Asimismo los directores y administradores de la sociedad matriz que se indican, recibieron durante los años 2004 y 2003 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:

CCU Argentina S.A.:

Directores	Rut	2004			2003		
		Dieta M\$	Participación M\$	Gastos M\$	Dieta M\$	Participación M\$	Gastos M\$
Guillermo Luksic Craig	6.578.597-8	21.127	-	2.073	21.095	-	2.346
Giorgio Maschietto Montuschi	4.344.082-9	14.782	-	-	-	-	-
Johannes Bauer Spiegel	48.025.928-9	-	-	-	6.305	-	1.270
Peter Hellich Sandler	48.032.413-7	-	-	-	8.334	-	142
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3	21.128	-	-	21.095	-	-
Philippe Pasquet	48.090.105-3	18.809	-	-	8.652	-	-
Francisco Pérez Mackenna	6.525.286-4	20.165	-	1.450	21.095	-	1.642
Alejandro Strauch Aznarez	48.089.689-0	19.063	-	-	16.904	-	-

Compañía Industrial Cervecera S.A.:

Directores	Rut	2004			2003		
		Dieta M\$	Participación M\$	Gastos M\$	Dieta M\$	Participación M\$	Gastos M\$
Guillermo Luksic Craig	6.578.597-8	664	-	2.593	795	-	2.121
Giorgio Maschietto Montuschi	4.344.082-9	443	-	1.729	-	-	-
Johannes Bauer Spiegel	48.025.928-9	-	-	-	369	-	2.121
Peter Hellich Sandler	48.032.413-7	-	-	-	613	-	2.121
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3	664	-	2.593	795	-	2.121
Philippe Pasquet	48.090.105-3	664	-	-	426	-	-
Francisco Pérez Mackenna	6.525.286-4	664	-	2.593	795	-	2.121

Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.:

Directores	Rut	2004			2003		
		Dieta M\$	Participación M\$	Gastos M\$	Dieta M\$	Participación M\$	Gastos M\$
Guillermo Luksic Craig	6.578.597-8	20.223	-	-	22.845	-	-
Johannes Bauer Spiegel	48.025.928-9	-	-	-	12.042	-	-
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3	20.223	-	-	22.845	-	-
Philippe Pasquet	48.090.105-3	20.223	-	-	10.807	-	-
Francisco Pérez Mackenna	6.525.286-4	20.223	-	-	22.845	-	-

Viña San Pedro S.A.:

Directores	Rut	2004			2003		
		Dieta M\$	Participación M\$	Gastos M\$	Dieta M\$	Participación M\$	Gastos M\$
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3	20.879	6.720	-	20.772	20.435	-
Johannes Bauer Spiegel	48.025.928-9	-	-	-	-	10.217	-
Philippe Pasquet	48.090.105-3	6.140	1.680	-	3.467	-	-
Francisco Pérez Mackenna	6.525.286-4	7.493	3.360	-	8.308	10.217	-
Giorgio Maschietto Montuschi	4.344.082-9	5.471	-	-	-	-	-

Los ejecutivos principales de CCU S.A. son los siguientes:

Nombre	Rut	Profesión	Cargo
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3	Ingeniero Comercial	Gerente General
Dirk Leisewitz Timmermann (*)	4.483.742-0	Ingeniero Civil Industrial	Contralor General
Jorge Aninat Solar (*)	5.892.124-6	Ingeniero Civil	Gerente de Ingeniería
Ricardo Bartel Jeffery	8.741.336-5	Ingeniero Civil de Industrias	Gerente de Administración y Finanzas
Marisol Bravo Léniz	6.379.176-8	Ingeniero Comercial	Gerente de Asuntos Corporativos
Pablo De Vescovi Ewing	6.284.493-0	Ingeniero Comercial	Gerente de Recursos Humanos
Hugo Ovando Zalazar	7.109.694-7	Ingeniero Comercial	Gerente de Desarrollo
Margarita Sánchez Acevedo (*)	4.940.451-4	Abogado	Gerente de Asuntos Legales

(*) A partir de enero de 2005, el Sr. Roelf Duursema asumió la Contraloría General en reemplazo del Sr. Dirk Leisewitz Timmermann, quien asumió la Gerencia Corporativa de Operaciones, con responsabilidad sobre las UAC de Abastecimiento, Ingeniería y Asuntos Legales. En la Gerencia de Asuntos Legales asumió el 1º de febrero la Sra. Marcela Achurra González en reemplazo de la Sra. Margarita Sánchez Acevedo.

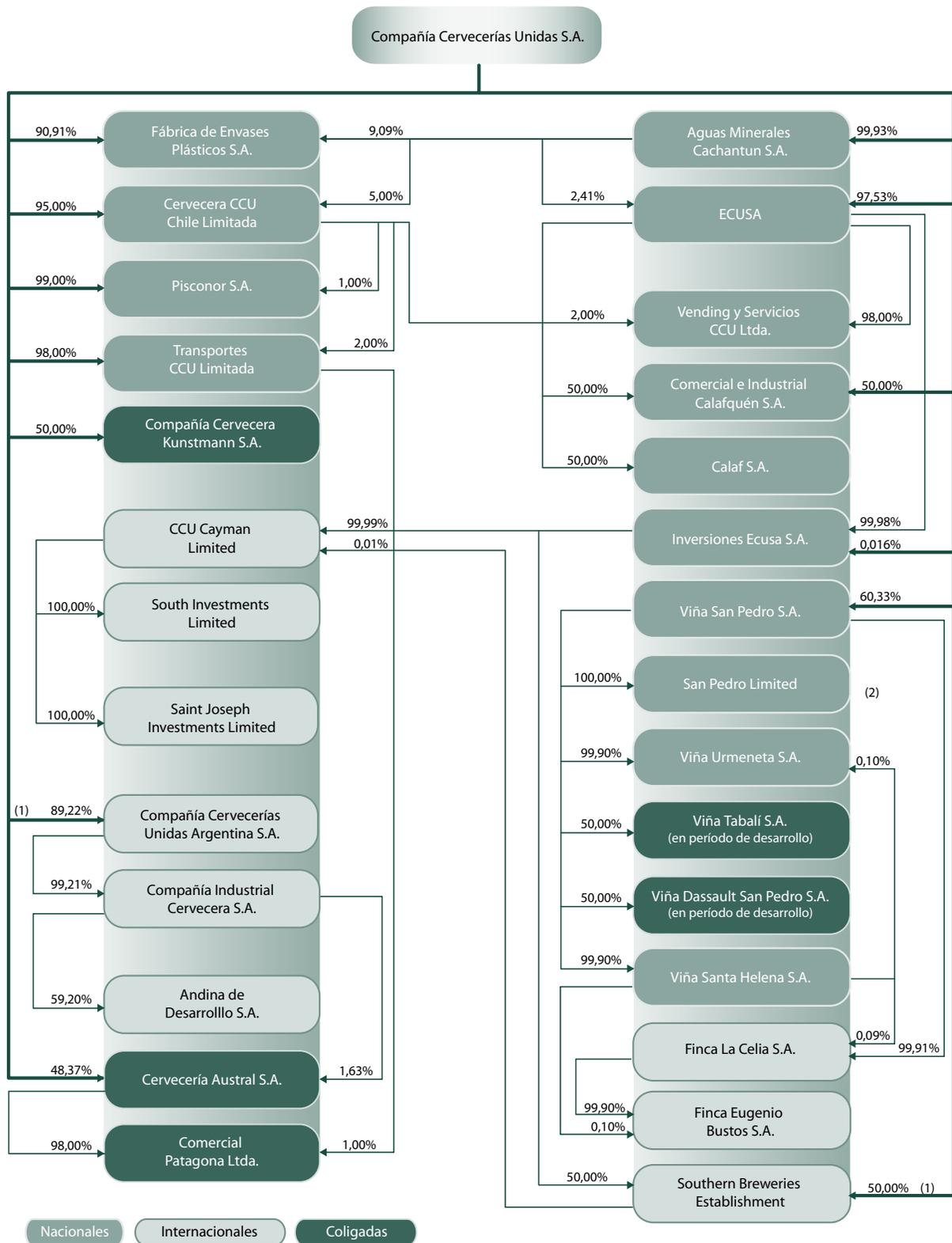
La remuneración percibida durante el año 2004 por los ejecutivos antes mencionados más los Gerentes Generales y Gerentes de Área de las Unidades Estratégicas de Negocio (UEN) y de Servicio (UES) que reportan al Gerente General de CCU, 46 ejecutivos en total, incluyendo bonos, asciende a M\$5.066.880 (41 ejecutivos y M\$4.366.347 el año 2003). La Compañía otorga a los gerentes un bono anual, de carácter facultativo, discrecional y variable, no contractual, que se asigna sobre la base del grado de cumplimiento de metas individuales y corporativas y en atención a los resultados del ejercicio. No existen sistemas de incentivos mediante pago en acciones u opción de compra de acciones de la sociedad. Durante el año 2004 se pagaron M\$8.128 por indemnizaciones por años de servicio.

Los Gerentes Generales de las UEN, filiales de CCU S.A., son los siguientes:

UEN	Nombre	Rut	Profesión
Cervecera CCU Chile Ltda.	Johan Doyer	48.090.684-5	Ingeniero Civil Industrial
Pisconor S.A.	Alvaro Fernández Fernández	8.552.804-1	Ingeniero Comercial
Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	Francisco Diharasarri Domínguez	7.034.045-3	Ingeniero Civil Industrial
Viña San Pedro S.A.	Ricardo Reyes Mercandino	7.403.419-5	Ingeniero Civil de Industrias
CCU Argentina S.A.	Fernando Sanchis Sacchi	(*)	Contador Público

(*) El Sr. Sanchis es ciudadano argentino, su documento nacional de identidad argentino es 14.477.334

Organización Societaria



(1) El 89,217% de participación en CCU Argentina S.A. y 50,00% en Southern Breweries Establishment, corresponden a inversiones que posee CCU S.A.. A través de su Agencia CCU Cayman Branch.

(2) San Pedro Limited se constituyó el 23 de diciembre 2004. Al 31 de diciembre de 2004 su capital se encuentra suscrito y no pagado.

Filiales y Coligadas de Compañía Cervecerías Unidas S.A.

Al 31 de diciembre 2004

CERVECERA CCU CHILE LIMITADA	
Razón social	CERVECERA CCU CHILE LIMITADA (Cervecera CCU Chile Ltda., CCU Chile Ltda. o CCU Chile)
Naturaleza jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada
Capital suscrito y pagado	M\$18.626.505
% participación total	99,99%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	4,2141%
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; la elaboración, comercialización, importación y exportación de alimentos de cualquier clase u origen; 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; la compra, venta, arrendamiento y explotación en general, por cuenta propia o ajena, de toda clase de espacios publicitarios en cualesquiera medios de comunicación y/o difusión, incluidos los medios de transmisión electrónica, Internet, redes computacionales y de bases de datos en general, así como el desarrollo, implementación, creación y diseño en páginas web; la compra, venta, importación, exportación, arrendamiento y en general la explotación de toda clase de elementos, artículos y bienes o activos publicitarios, promocionales, de propaganda y/o marketing; la producción y realización, por cuenta propia o ajena de toda clase de publicaciones científicas, artísticas, culturales o de publicidad, directamente o a través de terceros; 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 incorporales, 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	Patricio Jottar Nasrallah (Presidente), Dirk Leisewitz Timmermann, Ricardo Reyes Mercandino, Francisco Diharasarri Domínguez, Jorge Aninat Solar
Gerente	Johan Doyer
	Los directores señores Patricio Jottar Nasrallah, Dirk Leisewitz Timmermann y Jorge Aninat Solar son gerentes de la matriz.
Principales contratos entre Cervecera CCU Chile Limitada y la matriz:	Contrato de arrendamiento marcas comerciales; Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica; Contrato de arrendamiento de envases; Contrato de arrendamiento planta industrial; Contrato de arrendamiento depósitos y bodega; Contrato arrendamiento de vehículos; Contrato de cuenta corriente mercantil.

FABRICA DE ENVASES PLASTICOS S.A.	
Razón social	FABRICA DE ENVASES PLASTICOS S.A. (PLASCO S.A. o PLASCO)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$7.068.554
% participación total	99,99%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	1,3391%
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	Patricio Jottar Nasrallah (Presidente), Dirk Leisewitz Timmermann (Vicepresidente), Francisco Diharasarri Domínguez, Johan Doyer, Hugo Ovando Zalazar, José Miguel Correa Concha
Gerente	Santiago Toro Ugarte
	Los directores señores Patricio Jottar Nasrallah, Dirk Leisewitz Timmermann y Hugo Ovando Zalazar son gerentes de la matriz.
Principales contratos entre Fábrica de Envases Plásticos S.A. y la matriz:	Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica; Contrato de arrendamiento planta industrial; Contrato de arrendamiento bodega; 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\$37.683
% participación total	99,99%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	-
Objeto social	Prestar servicios de transporte de carga; arrendamiento, subarrendamiento, mantenimiento y reparación de toda clase de vehículos; importación, distribución, compra y venta de partes, piezas y repuestos de los mismos y de accesorios e insumos para ellos; servicios de asesoría en materia de tráfico y transporte en general; servicios de bodegaje y distribución de materias primas, insumos, concentrados y/o productos terminados, sean éstos elaborados y/o comercializados por Compañía Cervecerías Unidas S.A., cualesquiera de sus filiales y/o por terceros; servicios de asesoría, administración, coordinación y/o gestión en materia de otorgamiento de créditos, recaudación, pago, cobranza y demás funciones de tesorería y caja; servicios de asesoría, administración y control de inventarios de materiales de empaque, insumos, concentrados, productos terminados y demás activos de terceros, sean éstos sociedades relacionadas o no; e instalación, retiro, mantenimiento y reparación de máquinas conservadoras, enfriadoras y/o expendedoras de bebidas alcohólicas y analcohólicas en general, y de los elementos y accesorios de aquéllas.
Directorio (*)	Patricio Jottar Nasrallah (Presidente) Dirk Leisewitz Timmermann, Francisco Diharasarri Domínguez, Johan Doyer, Ricardo Bartel Jeffery, Ricardo Reyes Mercandino, José Miguel Correa Concha
Gerente	Alberto Moreno Figueroa
	Los directores señores Patricio Jottar Nasrallah, Dirk Leisewitz Timmermann y Ricardo Bartel Jeffery son gerentes de la matriz.
Principales contratos entre Transportes CCU Limitada y la matriz:	Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica; Contrato de arrendamiento y subarrendamiento oficinas y bodegas; Contrato de cuenta corriente mercantil.

(*) Mediante escritura pública de 13 de mayo de 2004, otorgada en la Notaría de Santiago de don Juan Ricardo San Martín Urrejola, bajo su Repertorio N° 5896-2004, cuyo extracto se publicó en el Diario Oficial de fecha 16 de junio de 2004 y se inscribió a fojas 17.028 N° 12.816 del Registro de Comercio de Santiago del mismo año, se modificó el Estatuto Social a fin de aumentar de seis a siete el número de directores, de los cuales cinco son designados por la socia Compañía Cervecerías Unidas S.A. y los restantes dos por Cervecera CCU Chile Limitada.

PISCONOR S.A.	
Razón social	PISCONOR S.A. (Pisconor)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$1.064
% participación total	99,99%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	-
Objeto social	Elaboración, envasado, importación, exportación y comercialización de toda clase de bebidas alcohólicas y analcohólicas en general, aguas minerales, jugos y néctares, y de las materias primas necesarias para su elaboración, de envases de todo tipo y de otros bienes corporales muebles que digan relación con la industria de las bebidas antes indicadas; la producción, elaboración, envasado, importación, exportación y comercialización de toda clase de alimentos; la explotación de negocios y/o establecimientos destinados al expendio y comercialización de las bebidas y alimentos antes referidos y de bienes corporales muebles en general, como supermercados, restaurantes, cafeterías y pubs, ya sea por sí o a través de terceros; el transporte y distribución de esos productos y otros 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, bienes y establecimientos 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; el arrendamiento, compra, venta y en general la adquisición y enajenación de bienes raíces y la realización de toda clase de negocios inmobiliarios; el arrendamiento, compra, venta, importación, exportación 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, incluyendo la realización de inversiones en sociedades dedicadas directa o indirectamente a cualquiera de esas actividades; y todas las operaciones accesorias que fueren necesarias, conducentes o convenientes para la complementación del objeto social antes expresado.
Directorio	Patricio Jottar Nasrallah (Presidente), Dirk Leisewitz Timmermann, Ricardo Reyes Mercandino
Gerente	Alvaro Fernández Fernández
	Los directores señores Patricio Jottar Nasrallah y Dirk Leisewitz Timmermann son gerentes de la matriz.
Principales contratos entre Pisconor S.A. y la matriz:	Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica Contrato 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\$2.525.726
% participación total	99,93%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	1,9713%
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	Dirk Leisewitz Timmermann, Ricardo Reyes Mercandino, Francisco Diharasarri Domínguez
Gerente	Ricardo Reyes Mercandino
	El director señor Dirk Leisewitz Timmermann es también gerente de la matriz.
Principales contratos entre Aguas Minerales Cachantun S.A. y la matriz:	Contrato usufructo y licencia de uso marcas aportados a ECUSA; Contrato cuenta corriente mercantil.

EMBOTELLADORAS CHILENAS UNIDAS S.A., FILIALES Y COLIGADAS (antes COMERCIAL CCU SANTIAGO S.A.) (*)	
Razón social	EMBOTELLADORAS CHILENAS UNIDAS S.A. (ECUSA, ECCU, ECCUSA, Embotelladora CCU o Embotelladora CCU S.A.)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$167.649.346
% participación total	99,94%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	30,4529%
Objeto social	1) la fabricación, envase, compra, venta, distribución, importación y exportación de toda clase de jugos, bebidas alcohólicas, analcohólicas, aguas minerales, concentrados, mermeladas, así como toda clase de productos y artículos alimenticios, ya sea por cuenta propia y/o ajena, y tomar representaciones nacionales y/o extranjeras; 2) la compra, venta, arrendamiento, y en general la adquisición y enajenación de bienes raíces corporales e incorporales y la realización de toda clase de negocios inmobiliarios; 3) la inversión, compra, venta, arrendamiento, y en general la adquisición y enajenación de bienes muebles, tanto corporales como incorporales, incluyendo opciones de compra y venta de acciones, acciones, bonos, debentures, planes de ahorro, cuotas de fondos mutuos, cuotas o derechos en sociedades, 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; 4) la prestación de servicios de transporte aéreo y terrestre de carga y pasajeros; arrendamiento, subarrendamiento, mantención y reparación de toda clase de vehículos; importación, distribución, compra y venta de partes, piezas y repuestos de los mismos y de accesorios e insumos para ellos; servicios de asesoría en materia de tráfico y transporte en general; y servicios de bodegaje y distribución de materias primas, insumos, concentrados y/o productos terminados, sean éstos elaborados y/o comercializados por Compañía Cervecerías Unidas S.A., cualesquiera de sus filiales y/o por terceros; 5) la prestación de servicios de asesoría, administración, coordinación y/o gestión en materia de otorgamiento de créditos, recaudación, pago, cobranza y demás funciones de tesorería y caja; 6) la prestación de servicios de asesoría, administración y control de inventarios de materiales de empaque, insumos, concentrados, productos terminados y demás activos de terceros, sean éstos sociedades relacionadas o no; 7) la prestación de servicios de instalación, retiro, mantención y reparación de máquinas conservadoras, enfriadoras y/o expendedoras de bebidas alcohólicas y analcohólicas en general, y de los elementos y accesorios de aquéllas; 8) el arrendamiento, subarrendamiento y explotación de espacios publicitarios y prestación de servicios de publicidad en general; y 9) 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.
Directorio	Guillermo Luksic Craig (Presidente), Giorgio Maschietto Montuschi (Vicepresidente), Francisco Pérez Mackenna, Philippe Pasquet, Patricio Jottar Nasrallah
Gerente General	Francisco Diharasarri Domínguez
	Los directores señores Guillermo Luksic Craig, Giorgio Maschietto Montuschi, Francisco Pérez Mackenna y Philippe Pasquet son directores de la matriz y el director señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.
Principales contratos entre Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y la matriz:	Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica; Contrato licencia uso software; Contrato arrendamiento y prestación de servicios de bodegaje; Contrato de licencia marcas Bilz, Pap y Kem; Contrato de cuenta corriente mercantil.

(*) En Junta General Extraordinaria de Accionistas celebrada el 14 de octubre de 2004, cuya acta se redujo a escritura pública con fecha 27 de octubre de 2004, en la Notaría de Santiago de don Juan Ricardo San Martín Urrejola, publicada en extracto en el Diario Oficial de fecha 3 de noviembre de 2004; e inscrita a fojas 34.706 N° 25.905 del Registro de Comercio a cargo del Conservador de Bienes Raíces y Comercio de Santiago del mismo año, se acordó:

- (i) Capitalizar resultados acumulados ascendentes a \$29.766.989.928 y aumentar el capital social resultante de \$41.250.469.557 a la suma de \$180.053.414.883;
- (ii) Cambiar el nombre de la sociedad de Comercial CCU Santiago S.A. a Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.;
- (iii) Complementar y ampliar el objeto social quedando éste en la forma señalada;
- (iv) Aumentar el número de miembros del Directorio de la sociedad de cuatro a cinco;
- (v) Fijar un nuevo texto actualizado del Estatuto Social.

Con fecha 30 de noviembre de 2004, Compañía Cervecerías Unidas S.A. procedió a suscribir y pagar las acciones a que tenía derecho en el referido aumento de capital, mediante el aporte en dominio de la totalidad de las acciones de que era titular en Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. RUT N° 96.524.410-7, produciéndose la disolución anticipada de esta última por fusión impropia en los términos del N° 2 del artículo 103 de la Ley de Sociedades Anónimas, al reunirse la totalidad de sus acciones en poder de la accionista Comercial CCU Santiago S.A. RUT N° 91.145.000-3 (hoy Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.), pasando ésta a ser su continuadora y sucesora legal a contar de esa fecha.

VENDING Y SERVICIOS CCU LIMITADA (Filial de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.)	
Razón social	VENDING Y SERVICIOS CCU LIMITADA (Vending CCU Ltda.)
Naturaleza jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada
Capital suscrito y pagado	M\$276.024
% participación total	99,94%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	0,0136%
Objeto social	La comercialización al por menor de bebidas analcohólicas en general y de mercaderías, entre otras formas, a través de la utilización de máquinas automáticas de expendio directo al público; la mantención, reparación, arriendo, subarriendo, y la entrega en comodato de toda clase de equipos y máquinas expendedoras a industrias, oficinas y a personas naturales o jurídicas; la realización de todo tipo de negocios o actividades que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social y que acuerden los socios.
Directorio	Francisco Diharasarri Domínguez, Dirk Leisewitz Timmermann, Rafael Gálmez de Pablo
Gerente	Rafael Gálmez de Pablo
	El director señor Dirk Leisewitz Timmermann es gerente de la matriz.
Principales contratos entre Vending y Servicios CCU Limitada y Compañía Cervecerías Unidas S.A.:	Contrato de cuenta corriente mercantil

INVERSIONES ECUSA S.A., FILIALES Y COLIGADAS (Filial de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.)	
Razón social	INVERSIONES ECUSA S.A. (Inversiones ECUSA o Invecusa)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado (*)	M\$32.844.934
% participación total	99,94%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	7,9141%
Objeto social	1) Inversión, compra, venta, distribución, suministro, exportación, importación, arrendamiento y, en general, la comercialización y explotación en el extranjero, por cuenta propia y ajena, de toda clase de bienes inmuebles y muebles, sean ellos corporales o incorporales, especialmente acciones de sociedades anónimas abiertas o cerradas, derechos en sociedades de cualquier naturaleza jurídica e instrumentos de créditos, bonos, debentures y demás valores mobiliarios, negociarlos y transferirlos a cualquier título, aporarlos, cederlos, administrarlos y percibir sus frutos, dividendos, intereses y reajustes; 2) Formación de toda clase de sociedades civiles y comerciales, cualquiera sea su objeto, y la adquisición de derechos, intereses o acciones en ellas, sean éstas anónimas, abiertas o cerradas, colectivas, de responsabilidad limitada, en comandita, asociación o cuentas en participación, pudiendo concurrir como socia o gestora de estas últimas; 3) Elaboración, envasado, distribución, importación, exportación y comercialización en el extranjero de toda clase de bebidas alcohólicas y analcohólicas en general, aguas minerales, néctares y jugos, y de las materias primas necesarias para su elaboración, de envases de todo tipo y de otros bienes corporales muebles que digan relación con la industria de las bebidas antes indicadas; 4) En general, la sociedad podrá realizar todos los actos y celebrar todos los contratos que sean necesarios o conducentes al objeto social previsto.
Directorio	Dirk Leisewitz Timmermann (Presidente), Ricardo Reyes Mercandino, Francisco Diharasarri Domínguez
Gerente General	Francisco Diharasarri Domínguez
	El director señor Dirk Leisewitz Timmermann es gerente de Compañía Cervecerías Unidas S.A.
Principales contratos entre Inversiones ECUSA S.A. y Compañía Cervecerías Unidas S.A.:	Contrato de cuenta corriente mercantil

(*) En la Segunda Junta General Extraordinaria de Accionistas, celebrada el 30 de diciembre de 2003, cuya acta se redujo a escritura pública con igual fecha en la Notaría de Santiago de don Juan Ricardo San Martín Urrejola, se acordó disminuir el capital social de \$88.728.252.623 dividido en 117.500.000 acciones nominativas, de una misma serie y sin valor nominal, a \$2.263.358.987 dividido en el mismo número de acciones de iguales características. Un extracto de dicha escritura se inscribió a fojas 4.750 N° 3.706 del Registro de Comercio a cargo del Conservador de Bienes Raíces de Santiago y se publicó en el Diario Oficial de 17 de febrero de 2004.

CCU CAYMAN LIMITED Y FILIALES (Filial de Inversiones ECUSA S.A.)	
Razón social	CCU CAYMAN LIMITED
Naturaleza jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada (Cayman Islands, B.W.I.)
Capital suscrito y pagado	M\$1.710.155
% participación total	99,94%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	2,6139%
Objeto social	Realizar actividades de inversión de carácter financiero, comercial y mercantil, efectuar negociaciones y otras operaciones, correduría 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 Caimán.
Directorio	Patricio Jottar Nasrallah (Presidente), Dirk Leisewitz Timmermann, Ricardo Reyes Mercandino
	Los directores señores Patricio Jottar Nasrallah y Dirk Leisewitz Timmermann son gerentes de Compañía Cervecerías Unidas S.A.
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\$6.871.098
% participación total	99,94%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	1,8682%
Objeto social	Amplio, puede dedicarse a cualquier giro y realizar cualquier actividad, salvo limitación o prohibición establecida en la Ley de Sociedades de Islas Caimán.
Directorio	Patricio Jottar Nasrallah, Dirk Leisewitz Timmermann, Ricardo Reyes Mercandino
	Los directores señores Patricio Jottar Nasrallah y Dirk Leisewitz Timmermann son gerentes de Compañía Cervecerías Unidas S.A.
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\$9.724.741
% participación total	99,94%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	2,6745%
Objeto social	Amplio, puede dedicarse a cualquier giro y realizar cualquier actividad, salvo limitación o prohibición establecida en la Ley de Sociedades de Islas Caimán. 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
	Los directores señores Patricio Jottar Nasrallah y Dirk Leisewitz Timmermann son gerentes de Compañía Cervecerías Unidas S.A.
Principales contratos entre Saint Joseph Investments Limited y CCU S.A.:	Contrato de cuenta corriente mercantil

SOUTHERN BREWERIES ESTABLISHMENT (Coligada de Inversiones ECUSA S.A.)	
Razón social	SOUTHERN BREWERIES ESTABLISHMENT
Naturaleza jurídica	Establishment (Liechtenstein)
Capital suscrito y pagado	M\$11.763
% participación total	99,97%
% de la inversión sobre	
el activo total de la matriz	10,3744%
Objeto social:	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	Guillermo Luksic Craig, Peter Goop, Patricio Jottar Nasrallah, Dirk Leisewitz Timmermann, Ricardo Reyes Mercandino
	El director señor Guillermo Luksic Craig es director de la matriz y los directores señores Patricio Jottar Nasrallah y Dirk Leisewitz Timmermann son gerentes de la misma.
Principales contratos entre Southern Breweries Establishment y CCU S.A.:	Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica Contrato de cuenta corriente mercantil

CALAF S.A. (Coligada de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.)	
Razón social	CALAF S.A. (Calaf S.A.I.C. o Francisca Calaf S.A.)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado (*)	M\$8.387.773
% participación total	49,97%
% de la inversión sobre	
el activo total de la coligante	0,6654%
Objeto social	La fabricación, producción, comercialización, importación, exportación, distribución y/o representación de tipo de productos alimenticios y/o marcas comerciales referentes a estos productos, por cuenta propia y/o de terceros, comprendiéndose dentro de ellos todo tipo de confites, golosinas, calugas, chocolates, dulces, caramelos, alfajores, helados, jugos, bebidas, frutas confitadas y glaseadas, galletas, snack dulces, productos lácteos y sus derivados y, en general, ejecutar todos los actos, prestar todos los servicios y celebrar todos los contratos que sean conducentes a la consecución de los fines sociales.
Directorio	Luis Fernando Pacheco Novoa, Philippe Pasquet, Francisco Pérez Mackenna, Patricio Jottar Nasrallah, Francisco Diharasari Domínguez, Martín Rodríguez Guiraldes, Felipe Joannon Vergara, Manuel José Noguera Eyzaguirre
Gerente	Bernardo Caviglia Grasselli
	Los directores señores Philippe Pasquet, Francisco Pérez Mackenna y Manuel José Noguera Eyzaguirre son directores de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y el señor Patricio Jottar Nasrallah es el Gerente General de ésta.
Principales contratos entre Calaf S.A. y Compañía Cervecerías Unidas S.A.:	Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica; Contrato de cuenta corriente mercantil

(*) Mediante escritura pública de fecha 29 de octubre de 2004, otorgada en la Notaría de Santiago de don Gabriel Ogalde Rodríguez, el gerente de la sociedad dejó constancia de la reducción de pleno derecho el capital social a la suma de \$8.166.650.000 dividido en 8.166.650 acciones nominativas, de una misma serie y sin valor nominal.

En la Segunda Junta General Extraordinaria de Accionistas celebrada el 5 de noviembre de 2004, cuya acta se redujo a escritura pública con fecha 30 de diciembre de 2004, en la Notaría de Santiago de don Juan Ricardo San Martín Urrejola, se acordó aumentar el capital social a la suma de \$9.651.000.000 dividido en 9.651.000 acciones nominativas, de una misma serie y sin valor nominal. Un extracto de dicha escritura se encuentra en proceso de inscripción en el Registro de Comercio y publicación en el Diario Oficial.

COMPAÑIA CERVECERIAS UNIDAS ARGENTINA S.A. Y FILIALES

Razón social	COMPAÑIA CERVECERIAS UNIDAS ARGENTINA S.A. (CCU Argentina)	
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada (Argentina)	
Capital suscrito y pagado	M\$127.889.465	
% participación directa		
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	89,22%	
Objeto social	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:
	Guillermo Luksic Craig (Presidente)	Carlos Alberto de Kemmeter
	Francisco Pérez Mackenna (Vicepresidente)	Pablo C. Germain
	Philippe Pasquet	Mariano Ballone
	Patricio Jottar Nasrallah	
	Fernando Sanchis Sachi	
	Alejandro Strauch Aznarez	
Gerente General	Fernando Sanchis Sacchi	
	Los directores señores Guillermo Luksic Craig, Francisco Pérez Mackenna, Philippe Pasquet, Giorgio Maschietto Montuschi y Alejandro Strauch Aznarez son directores de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y el director señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.	
Principales contratos entre Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y CCU S.A.:	Contrato cuenta corriente mercantil	

COMPAÑIA INDUSTRIAL CERVECERA S.A. (Filial de CCU Argentina S.A.)																	
Razón social	COMPAÑIA INDUSTRIAL CERVECERA S.A.																
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima abierta (Argentina)																
Capital suscrito y pagado	M\$75.705.734																
% participación	88,51%																
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	7,6959%																
Objeto social	<p>Realizar por cuenta propia o de terceros, en sociedad o asociada con terceros, las siguientes actividades:</p> <p>a) Industriales: elaboración, fraccionamiento y comercialización de cerveza y malta, sus productos derivados, anexos y afines; explotación directa o indirecta de cebada cervecera, lúpulo y su cultivo; elaboración, fraccionamiento y comercialización de bebidas gaseosas y aguas minerales; conservación de carnes, frutas, verduras y demás productos perecederos en sus cámaras frigoríficas; utilización de los subproductos para la elaboración de levadura, forrajes, abono y otros productos químicos;</p> <p>b) Comerciales: adquisición y enajenación de bienes muebles, materias primas, elaboradas o a elaborarse, patentes de invención, marcas, diseños y modelos industriales; importación y exportación de cerveza, malta, agua mineral, sus derivados, elaboraciones y otros productos en general; ejercer representaciones, comisiones y consignaciones, en los rubros: cerveza, malta, agua mineral, bebidas, helados, bocaditos, galletitas y derivados referidos a tales artículos;</p> <p>c) Financieras: adquisición y enajenación de participaciones en otras sociedades y empresas del país o del exterior; aportar y vender capitales propios y ajenos, con o sin garantía, a sociedades o a particulares; tomar y vender valores mobiliarios con o sin cotización. Quedan excluidas las operaciones a que se refiere la Ley 21.526 de Entidades Financieras u otras que requieran el concurso del ahorro público;</p> <p>d) Inmobiliarias: adquisición, enajenación, explotación, arrendamiento, construcción, permuta y/o administración y/o disposición bajo cualquier forma de toda clase de inmuebles, urbanos o rurales; subdivisión de tierras y su urbanización, construcción de edificios para renta o comercio; constitución de toda clase de derechos reales sobre inmuebles; y realización de operaciones comprendidas dentro de las leyes y reglamentos de la propiedad horizontal; y</p> <p>e) Agropecuarias: explotación –en todas sus formas– de establecimientos agrícola-ganaderos, frutícolas, forestales y granjas.</p>																
Directorio	<table border="0"> <tr> <td>Titulares:</td> <td>Suplentes:</td> </tr> <tr> <td>Carlos López Sanabria (Presidente)</td> <td>Mariano Ballone</td> </tr> <tr> <td>Giorgio Maschietto Montuschi</td> <td>Pablo C. Germain</td> </tr> <tr> <td>Philippe Pasquet</td> <td>Osvaldo Espinoza Arenas</td> </tr> <tr> <td>Francisco Pérez Mackenna</td> <td>Karl Huber Camalez</td> </tr> <tr> <td>Patricio Jottar Nasrallah</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Francisco Diharasarri Domínguez</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Álvaro Fernández Fernández</td> <td></td> </tr> </table>	Titulares:	Suplentes:	Carlos López Sanabria (Presidente)	Mariano Ballone	Giorgio Maschietto Montuschi	Pablo C. Germain	Philippe Pasquet	Osvaldo Espinoza Arenas	Francisco Pérez Mackenna	Karl Huber Camalez	Patricio Jottar Nasrallah		Francisco Diharasarri Domínguez		Álvaro Fernández Fernández	
Titulares:	Suplentes:																
Carlos López Sanabria (Presidente)	Mariano Ballone																
Giorgio Maschietto Montuschi	Pablo C. Germain																
Philippe Pasquet	Osvaldo Espinoza Arenas																
Francisco Pérez Mackenna	Karl Huber Camalez																
Patricio Jottar Nasrallah																	
Francisco Diharasarri Domínguez																	
Álvaro Fernández Fernández																	
Gerente General	Fernando Sanchis Sacchi																
	Los directores señores Guillermo Luksic Craig, Francisco Pérez Mackenna Philippe Pasquet y Giorgio Maschietto Montuschi son directores de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y el director señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.																
Principales contratos entre Compañía Industrial Cervecera S.A. y Compañía Cervecerías Unidas S.A.:	Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica																

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\$33.923
% participación total	52,40%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	0,0030%
Objeto social:	Agrícola
Directorio	Titulares Carlos López Sanabria (Presidente) Luis D. Patrón Uriburu (Vicepresidente) Daniel Alurralde
	Suplentes Ricardo Olivares Elorrieta

VIÑA SAN PEDRO S.A., FILIALES Y COLIGADAS

Razón social	VIÑA SAN PEDRO S.A.
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima abierta (Inscripción SVS Rol 393)
Capital suscrito y pagado	M\$62.768.720
% participación total	60,33%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	7,5512%
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; 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 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 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	Patricio Jottar Nasrallah (Presidente), Rafael Aldunate Valdés, Philippe Pasquet, Ernesto Edwards Risopatrón, Giorgio Maschietto Montuschi, Ernesto Tironi Barrios, Francisco Pérez Mackenna
Gerente General	Ricardo Reyes Mercandino
	Los directores señores Philippe Pasquet, Giorgio Maschietto Montuschi y Francisco Pérez Mackenna son directores de la matriz y el director señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.
Principales contratos entre Viña San Pedro S.A. y la matriz:	Contrato de venta y distribución; Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica; Contrato de cuenta corriente mercantil.

VIÑA SANTA HELENA S.A. (Filial de Viña San Pedro S.A.)

Razón social	VIÑA SANTA HELENA S.A. (Santa Helena S.A., Vinos de Chile S.A., VINEX S.A. o VSH S.A.)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$69.372
% participación total	60,26%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	0,2738%
Objeto social	La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial 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, 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 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	Dirk Leisewitz Timmermann (Presidente), Patricio Jottar Nasrallah, Ricardo Reyes Mercandino
Gerente General	Javier Bitar Hirmas
	Los directores señores Dirk Leisewitz Timmermann y Patricio Jottar Nasrallah son gerentes de Compañía Cervecerías Unidas S.A.

VIÑA URMENETA S.A. (Filial de Viña San Pedro S.A.)	
Razón social	VIÑA URMENETA S.A.
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado (*)	M\$4.154.269
% participación total	62,32%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	0,0748%
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; 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 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 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 y la realización de inversiones en sociedades dedicadas a la producción, compraventa, distribución, importación, exportación y comercialización de toda clase de vinos, licores, cervezas y bebidas alcohólicas y analcohólicas y de la materias primas de las mismas.
Directorio	Karl Huber Camalez (Presidente), Juan Pablo Solís de Ovando Lavín, Ricardo Reyes Mercandino
Gerente General	Ricardo Reyes Mercandino

(*) En la Tercera Junta General Extraordinaria de Accionistas, celebrada el 24 de noviembre de 2004, cuya acta se redujo a escritura pública con igual fecha en la Notaría de Santiago de don René Benavente Cash, se acordó capitalizar reservas voluntarias y disminuir el capital social resultante de \$19.325.636.166 dividido en 34.162.100 acciones nominativas, de una misma serie y sin valor nominal, a \$3.592.453.519 dividido en el mismo número de acciones de iguales características. Un extracto de dicha escritura se inscribió a fojas 40.697 N° 30.274 del Registro de Comercio a cargo del Conservador de Bienes Raíces y Comercio de Santiago y se publicó en el Diario Oficial de 15 de diciembre de 2004.

FINCA LA CELIA S.A. (Filial de Viña San Pedro S.A.)																	
Razón social	FINCA LA CELIA S.A.																
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada (Argentina)																
Capital suscrito y pagado	M\$20.992.799																
% participación total	60,32%																
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	1,4826%																
Objeto social	Realizar por cuenta propia, de terceros y/o asociada a terceros, en el país o en el exterior, las siguientes actividades: a) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas b) La explotación, administración y arriendo, por cuenta propia o ajena, de predios agrícolas, bodegas, viñedos y establecimientos comerciales del rubro vitivinícola c) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de toda clase de bebidas, sean estas vinos, licores, cervezas o de cualquier naturaleza, alcohólicas y de las materias primas de las mismas d) El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden e) La prestación de servicios relacionados con los mismos rubros f) 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	<table border="0"> <tr> <td>Titulares</td> <td>Suplentes</td> </tr> <tr> <td>Ricardo Reyes Mercandino (Presidente)</td> <td>Karl Huber Camalez</td> </tr> <tr> <td>Fernando Daniel Sanchis (Vicepresidente)</td> <td>Julio Freyre</td> </tr> <tr> <td>Javier Bitar Hirmas</td> <td>Ricardo Olivares Elorrieta</td> </tr> <tr> <td>Paulo Rosales Zifferblatt</td> <td>Raimundo Díaz Domínguez</td> </tr> <tr> <td>Ernesto Edwards Risopatrón</td> <td>Juan Pablo Solís de Ovando Lavín</td> </tr> <tr> <td>Juan Javier Negri</td> <td>Damián Rodríguez Peluffo</td> </tr> <tr> <td>Federico Busso</td> <td>Marcela Achurra González</td> </tr> </table>	Titulares	Suplentes	Ricardo Reyes Mercandino (Presidente)	Karl Huber Camalez	Fernando Daniel Sanchis (Vicepresidente)	Julio Freyre	Javier Bitar Hirmas	Ricardo Olivares Elorrieta	Paulo Rosales Zifferblatt	Raimundo Díaz Domínguez	Ernesto Edwards Risopatrón	Juan Pablo Solís de Ovando Lavín	Juan Javier Negri	Damián Rodríguez Peluffo	Federico Busso	Marcela Achurra González
Titulares	Suplentes																
Ricardo Reyes Mercandino (Presidente)	Karl Huber Camalez																
Fernando Daniel Sanchis (Vicepresidente)	Julio Freyre																
Javier Bitar Hirmas	Ricardo Olivares Elorrieta																
Paulo Rosales Zifferblatt	Raimundo Díaz Domínguez																
Ernesto Edwards Risopatrón	Juan Pablo Solís de Ovando Lavín																
Juan Javier Negri	Damián Rodríguez Peluffo																
Federico Busso	Marcela Achurra González																

FINCA EUGENIO BUSTOS S.A. (Filial de Viña San Pedro S.A.)	
Razón social	FINCA EUGENIO BUSTOS S.A.
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada (Argentina)
Capital suscrito y pagado	M\$2.122.434
% participación total	60,32%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	-
Objeto social	La sociedad tiene por objeto dedicarse por cuenta propia o de terceros o asociados a terceros, tanto en el país como en el extranjero, a las siguientes operaciones o actividades: a) Comerciales: mediante la compra y venta y/o permuta, distribución, importación, exportación y comercialización de productos y subproductos agrícolas, en especial relacionados a la vitivinicultura; de mercaderías, maquinarias, bienes muebles en general y sin restricción alguna; patentes de invención, marcas, diseños y modelos industriales relacionados con la actividad agrícola y alimenticia; la prestación de servicios relacionados con esa actividad; comisiones, mandatos, consignaciones y representaciones. b) Industriales: mediante la producción, industrialización, fabricación, transformación o elaboración, distribución, importación y exportación de productos y subproductos agrícolas y de toda clase de bebidas con o sin alcohol; sean éstas vinos, licores, cervezas, jugos y de las materias primas de las mismas. c) Agropecuarias: mediante la explotación y administración en todas sus formas de establecimientos y predios agrícolas, especialmente bodegas y viñedos.
Directorio	Adolfo Romera (Presidente), Alfredo Zavala (Suplente)

VIÑA DASSAULT – SAN PEDRO S.A. (Coligada de Viña San Pedro S.A.)															
Razón social	VIÑA DASSAULT – SAN PEDRO S.A. (Viña Altaír de Dassault – San Pedro S.A., Viña Altaír S.A.)														
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada														
Capital suscrito y pagado	M\$5.109.465														
% participación total	30,16%														
% de la inversión sobre el activo total de la coligante	0,1553%														
Objeto social	La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos vitivinícolas; la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de vinos y licores y de las materias primas de los mismos; el aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de vinos y licores; y de las materias primas de los mismos; la explotación de marcas comerciales; la prestación de servicios relacionados con los mismos rubros señalados precedentemente; la representación de empresas nacionales y extranjeras en relación con dichos rubros y actividades, y en general, la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los rubros y actividades señalados anteriormente.														
Directorio	<table border="0"> <thead> <tr> <th>Titulares</th> <th>Suplentes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Laurent Dassault (Presidente)</td> <td>Philippe Hustache</td> </tr> <tr> <td>Guillermo Luksic Craig</td> <td>Francisco Pérez Mackenna</td> </tr> <tr> <td>Philippe Pasquet</td> <td>Giorgio Maschietto Montuschi</td> </tr> <tr> <td>Pascal Chatonnet</td> <td>Laurence Brun</td> </tr> <tr> <td>Gerard Limat</td> <td>Hubert Porte</td> </tr> <tr> <td>Patricio Jottar Nasrallah</td> <td>Ricardo Reyes Mercandino</td> </tr> </tbody> </table>	Titulares	Suplentes	Laurent Dassault (Presidente)	Philippe Hustache	Guillermo Luksic Craig	Francisco Pérez Mackenna	Philippe Pasquet	Giorgio Maschietto Montuschi	Pascal Chatonnet	Laurence Brun	Gerard Limat	Hubert Porte	Patricio Jottar Nasrallah	Ricardo Reyes Mercandino
Titulares	Suplentes														
Laurent Dassault (Presidente)	Philippe Hustache														
Guillermo Luksic Craig	Francisco Pérez Mackenna														
Philippe Pasquet	Giorgio Maschietto Montuschi														
Pascal Chatonnet	Laurence Brun														
Gerard Limat	Hubert Porte														
Patricio Jottar Nasrallah	Ricardo Reyes Mercandino														
Gerente General	Juan Pablo Solís de Ovando Lavín														
	Los directores titulares señores Guillermo Luksic Craig y Philippe Pasquet y los directores suplentes señores Francisco Pérez Mackenna y Giorgio Maschietto Montuschi son directores de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y el señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de la misma.														

VIÑA TABALÍ S.A. (Coligada de Viña San Pedro S.A.)															
Razón social	VIÑA TABALÍ S.A.														
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada														
Capital suscrito y pagado	M\$3.349.738														
% participación total	30,16%														
% de la inversión sobre el activo total de la coligante	0,1439%														
Objeto social	La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos vitivinícolas; la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de vinos y licores y de las materias primas de los mismos; el aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de vinos y licores, y de las materias primas de los mismos; la explotación de marcas comerciales; la prestación de servicios relacionados con los mismos rubros señalados precedentemente; la representación de empresas nacionales y extranjeras en relación con dichos rubros y actividades, y en general, la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los rubros y actividades señalados anteriormente.														
Directorio	<table border="0"> <tr> <td>Titulares</td> <td>Suplentes</td> </tr> <tr> <td>Felipe Joannon Vergara (Presidente)</td> <td>Kelly Cotapos González</td> </tr> <tr> <td>Carolina Schmidt Saldivar</td> <td>Mario Garrido Taraba</td> </tr> <tr> <td>Ricardo Reyes Mercandino</td> <td>Raimundo Díaz Domínguez</td> </tr> <tr> <td>Karl Huber Camalez</td> <td>Hugo Ovando Zalazar</td> </tr> <tr> <td>Patricio Jottar Nasrallah</td> <td>Alvaro Fernández Fernández</td> </tr> <tr> <td>Nicolás Luksic Puga</td> <td>Catherine Krauss Bonilla</td> </tr> </table>	Titulares	Suplentes	Felipe Joannon Vergara (Presidente)	Kelly Cotapos González	Carolina Schmidt Saldivar	Mario Garrido Taraba	Ricardo Reyes Mercandino	Raimundo Díaz Domínguez	Karl Huber Camalez	Hugo Ovando Zalazar	Patricio Jottar Nasrallah	Alvaro Fernández Fernández	Nicolás Luksic Puga	Catherine Krauss Bonilla
Titulares	Suplentes														
Felipe Joannon Vergara (Presidente)	Kelly Cotapos González														
Carolina Schmidt Saldivar	Mario Garrido Taraba														
Ricardo Reyes Mercandino	Raimundo Díaz Domínguez														
Karl Huber Camalez	Hugo Ovando Zalazar														
Patricio Jottar Nasrallah	Alvaro Fernández Fernández														
Nicolás Luksic Puga	Catherine Krauss Bonilla														
Gerente General	Juan Pablo Solís de Ovando Lavín														
	El director titular señor Patricio Jottar Nasrallah es Gerente General de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y el director suplente señor Hugo Ovando Zalazar es gerente de la misma.														

CERVECERIA AUSTRAL S.A.	
Razón social	CERVECERIA AUSTRAL S.A. (Austral S.A.)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$4.139.230
% participación total	49,81%
% de la inversión sobre el activo total de la coligante	0,2671%
Objeto social	<p>La ejecución y desarrollo por cuenta propia o de terceros, o asociada con terceros, de las siguientes actividades:</p> <p>a) La inversión en todas sus formas y en todo tipo de bienes, corporales o incorporales, muebles o inmuebles, vinculados al negocio de la malta, cebada, derivados de malta, cerveza y comercialización y distribución de bebidas y licores en general</p> <p>b) La prestación de toda clase de servicios y asesorías vinculados al rubro cervecero, maltero y sus derivados, y de bebidas y licores en general, a toda clase de personas o empresas, y ya sea directamente o por intermedio de sociedades que cree o en las que participe al efecto</p> <p>c) El desarrollo y la inversión en productos relacionados con lo anterior</p> <p>d) La compra, venta, exportación, importación, fabricación, elaboración, producción, transporte o distribución de toda clase de productos, mercaderías y de toda clase de bienes en general vinculados al rubro de la malta, cebada, derivados de malta, cerveza, bebidas y licores en general</p> <p>e) Constituir toda clase de sociedades pudiendo desarrollar las actividades propias de su giro social por sí misma o a través de las sociedades que constituya o en las que se incorpore como socia o accionista</p> <p>f) Representar personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, en todo tipo de negocios relacionados con el giro social</p> <p>g) La ejecución de todos los actos y contratos civiles y comerciales conducentes a la realización del giro, incluyendo la compra, venta, adquisición, enajenación, a cualquier título de toda clase de bienes y participar como socia o accionista de otras sociedades o empresas cuyo objeto se relacione con el giro social</p> <p>h) Todas las demás que acuerden los socios relacionadas con el giro social, tanto en el país como el exterior</p>
Directorio	Eduardo Chadwick Claro (Presidente), Andrés Herrera Ramírez, Cristián Mandiola Parot, Patricio Jottar Nasrallah, Dirk Leisewitz Timmermann, Alvaro Fernández Fernández
Gerente	Eugenio Prieto Katunaric
	Los directores señores Patricio Jottar Nasrallah y Dirk Leisewitz Timmermann son gerentes de Compañía Cervecerías Unidas S.A.
Principales contratos entre Cervecería Austral S.A. y Compañía Cervecerías Unidas S.A.:	Contrato de prestación de servicios, asesoría y asistencia técnica

COMERCIAL PATAGONA LIMITADA	
Razón social	COMERCIAL PATAGONA LIMITADA
Naturaleza jurídica	Sociedad de responsabilidad limitada
Capital suscrito y pagado	M\$1.061
% participación total	49,82%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	-
Objeto social	<p>a) Compra, venta, adquisición, enajenación, importación, exportación, comercialización y distribución en cualquier forma de bebidas alcohólicas, analcohólicas y productos afines</p> <p>b) Prestación de servicios de transporte de carga en general, ya sea con vehículos propios o de terceros, dentro y fuera del país</p> <p>c) Arrendamiento, subarrendamiento, mantención y reparación de toda clase de vehículos</p> <p>d) Servicios de asesoría en materia de tráfico y transporte en general</p> <p>e) Servicios de bodegaje y distribución de materias primas, insumos, concentrados, productos terminados y cualquier otra clase de bienes corporales muebles, incluyendo todas aquellas operaciones comerciales, industriales o financieras que directa o indirectamente se relacionen con dicha actividad</p> <p>f) Prestación de todo tipo de servicios y asesorías técnicas, profesionales, administrativas, contables, de coordinación y gestión en materia de otorgamiento de créditos, recaudación, pago, cobranzas y demás funciones de tesorería y caja y otras complementarias de lo anterior</p> <p>g) Instalación, retiro, mantención y reparación de máquinas conservadoras, enfridoras y/o expendedoras de bebidas alcohólicas y analcohólicas en general, y de los elementos y accesorios de aquéllas</p> <p>h) Prestación de servicios de publicidad, propaganda y marketing e en general, la realización de cualquier acto o la celebración de cualquier contrato que los socios acuerden</p>
Administración (*)	Eugenio Prieto Katunaric, Alberto Moreno Figueroa, Alvaro Fernández Fernández, Patricio Jottar Nasrallah, Dirk Leisewitz Timmermann, Andrés Herrera Ramírez, Cristián Mandiola Parot
	Los señores Patricio Jottar Nasrallah y Dirk Leisewitz Timmermann son gerentes de Compañía Cervecerías Unidas S.A.

(*) Comercial Patagona Limitada, fue constituida por las socias Transportes CCU Limitada, Malterías Unidas S.A. y Cervecería Austral S.A., en un 1% del capital social cada una de las dos primeras y en el 98% restante esta última. La administración, uso de la razón social y representación judicial y extrajudicial de Comercial Patagona Limitada corresponde a Transportes CCU Limitada, quien la ejerce a través de una o más personas naturales designadas mediante acuerdo del Directorio reducido a escritura pública y anotada al margen de la inscripción social.

COMPAÑÍA CERVECERA KUNSTMANN S.A.											
Razón social	COMPAÑÍA CERVECERA KUNSTMANN S.A.										
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada										
Capital suscrito y pagado	M\$1.452.544										
% participación total	50,00%										
% de la inversión sobre el activo total de la coligante	0,1330%										
Objeto social	La producción, compra, venta, distribución, importación, exportación y comercialización en cualquier forma, por cuenta propia o de terceros, de toda clase de cervezas, y de los insumos, máquinas, materias primas, y productos destinados a fabricarlas, producirlas, conservarlas y transportarlas, como también todas las actividades relacionadas con las indicadas.										
Directorio	<table border="0"> <tr> <td>Titulares</td> <td>Suplentes</td> </tr> <tr> <td>Armin Kunstmann Telge (Presidente)</td> <td>Roberto Kunstmann Leuschner</td> </tr> <tr> <td>Patricio Jottar Nasrallah</td> <td>Hugo Ovando Zalazar</td> </tr> <tr> <td>Dirk Leisewitz Timmermann</td> <td>Alvaro Fernández Fernández</td> </tr> <tr> <td>Fernando Barros Tocornal</td> <td>Walter Scherpf Smith</td> </tr> </table>	Titulares	Suplentes	Armin Kunstmann Telge (Presidente)	Roberto Kunstmann Leuschner	Patricio Jottar Nasrallah	Hugo Ovando Zalazar	Dirk Leisewitz Timmermann	Alvaro Fernández Fernández	Fernando Barros Tocornal	Walter Scherpf Smith
Titulares	Suplentes										
Armin Kunstmann Telge (Presidente)	Roberto Kunstmann Leuschner										
Patricio Jottar Nasrallah	Hugo Ovando Zalazar										
Dirk Leisewitz Timmermann	Alvaro Fernández Fernández										
Fernando Barros Tocornal	Walter Scherpf Smith										
Presidente Ejecutivo	Armin Kunstmann Telge										
	Los directores señores Patricio Jottar Nasrallah, Dirk Leisewitz Timmermann y Hugo Ovando Zalazar son gerentes de Compañía Cervecerías Unidas S.A.										
Principales contratos entre Compañía Cervecera Kunstmann S.A. y Compañía Cervecerías Unidas S.A.:	<p>Contrato de cuenta corriente mercantil</p> <p>Contrato de asesoría</p>										

COMERCIAL E INDUSTRIAL CALAFQUEN S.A.	
Razón social	COMERCIAL E INDUSTRIAL CALAFQUEN S.A. (Calafquén S.A. o Calafquén)
Naturaleza jurídica	Sociedad anónima cerrada
Capital suscrito y pagado	M\$1.025
% participación total	99,97%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz	0,00002%
Objeto social	Producción, compra, venta, distribución, importación, exportación y comercialización de toda clase de alimentos y bebidas alcohólicas y analcohólicas en general y de las materias primas necesarias para su elaboración, de envases de todo tipo y de otros bienes corporales muebles que digan relación con la industria de los alimentos y las bebidas antes indicadas; así como la realización de inversiones en sociedades dedicadas al objeto antes señalado; y en general, la sociedad podrá realizar todos los actos y celebrar todos los contratos que sean necesarios o conducentes al objeto social previsto.
Directorio	Dirk Leisewitz Timmermann (Presidente), Francisco Diharasarri Domínguez, Ricardo Reyes Mercandino
Gerente	Ricardo Reyes Mercandino
	El director señor Dirk Leisewitz Timmermann es gerente de Compañía Cervecerías Unidas S.A.

Estados Financieros Consolidados

COMPAÑIA CERVECERIAS UNIDAS S.A.
31 de diciembre 2004

Contenido

Balance General Consolidado	
Estado de Resultados Consolidado	
Estado Consolidado de Flujo de Efectivo	
Notas a los Estados Financieros Consolidados	
Informe de los Auditores Independientes	
\$	Pesos chilenos
M\$	Miles de pesos chilenos
US\$	Dólares estadounidenses
UF	Unidades de fomento
Arg\$	Pesos argentinos

Balance General Consolidado

ACTIVOS	Al 31 de diciembre de	
	2004 M\$	2003 M\$
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTES	223.228.087	205.180.256
Disponibles	11.829.776	11.137.334
Depósitos a plazo	49.155.407	20.938.878
Valores negociables (neto)	4.210.682	21.702.537
Deudores por venta (neto)	48.894.848	39.782.559
Documentos por cobrar (neto)	24.673.939	24.231.487
Deudores varios (neto)	9.232.036	8.546.293
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas	1.353.416	693.300
Existencias (neto)	53.815.989	56.419.679
Impuestos por recuperar	2.761.819	2.870.407
Gastos pagados por anticipado	4.110.497	3.345.176
Impuestos diferidos	2.866.231	249.541
Otros activos circulantes	10.323.447	15.263.065
TOTAL ACTIVOS FIJOS	301.257.865	321.649.649
Terrenos	19.292.025	19.798.871
Construcción y obras de infraestructura	91.144.429	91.011.502
Maquinarias y equipos	260.164.612	259.805.897
Otros activos fijos	231.281.513	218.394.509
Mayor valor por retasación técnica del activo fijo	8.640.911	9.221.581
Depreciación acumulada (menos)	(309.265.625)	(276.582.711)
TOTAL OTROS ACTIVOS	67.754.774	64.833.911
Inversiones en empresas relacionadas	9.495.481	5.650.013
Inversiones en otras sociedades	37.931	51.583
Menor valor de inversiones	26.498.820	29.774.439
Mayor valor de inversiones(menos)	(502.402)	(590.698)
Deudores a largo plazo	19.130	100.908
Intangibles	10.387.595	7.683.829
Amortización(menos)	(2.557.846)	(2.242.017)
Otros	24.376.065	24.405.854
TOTAL ACTIVOS	592.240.726	591.663.816

PASIVOS, INTERES MINORITARIO Y PATRIMONIO	Al 31 de diciembre de	
	2004 M\$	2003 M\$
TOTAL PASIVOS CIRCULANTES	125.217.350	124.268.651
Obligaciones con bancos e instituciones financieras a corto plazo	31.883.540	36.676.320
Obligaciones con bancos e instituciones financieras a largo plazo - porción corto plazo	8.145.975	1.373.241
Obligaciones con el público (bonos) porción corto plazo	1.848.532	1.705.773
Obligaciones largo plazo con vencimiento dentro un año	-	32.661
Dividendos por pagar	9.313.164	11.562.544
Cuentas por pagar	36.866.107	37.703.858
Documentos por pagar	2.564.975	1.643.862
Acreeedores varios	3.231.312	4.718.833
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas	1.437.882	1.160.814
Provisiones	17.743.018	14.998.375
Retenciones	12.067.550	10.600.195
Impuesto a la renta	-	1.802.375
Ingresos percibidos por adelantado	14.779	37.192
Otros pasivos circulantes	100.516	252.608
TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	126.216.423	142.421.543
Obligaciones con bancos e instituciones financieras	60.870.485	84.785.647
Obligaciones con el público largo plazo (bonos)	32.902.395	18.932.774
Acreeedores varios largo plazo	41.926	444.235
Provisiones largo plazo	2.030.834	2.460.545
Impuestos diferidos a largo plazo	12.938.069	15.054.368
Otros pasivos a largo plazo	17.432.714	20.743.974
INTERES MINORITARIO	38.703.208	39.232.734
TOTAL PATRIMONIO	302.103.745	285.740.888
Capital pagado	174.225.237	174.225.237
Sobreprecio en venta de acciones propias	13.625.673	13.625.673
Otras reservas	308.948	3.519.965
Utilidades retenidas	113.943.887	94.370.013
Utilidades acumuladas	77.512.308	49.914.101
Utilidad del ejercicio	45.393.866	55.440.327
Dividendos provisorios (menos)	(8.599.577)	(10.773.360)
Déficit acumulado período de desarrollo	(362.710)	(211.055)
TOTAL PASIVOS, INTERES MINORITARIO Y PATRIMONIO	592.240.726	591.663.816

Las notas adjuntas No.1 a 36 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

Estado de Resultados Consolidado

	Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de	
	2004 M\$	2003 M\$
RESULTADO DE EXPLOTACION	58.706.931	47.009.354
MARGEN DE EXPLOTACION	218.015.845	199.731.804
Ingresos de explotación	420.638.093	393.665.837
Costos de explotación (menos)	(202.622.248)	(193.934.033)
Gastos de administración y ventas (menos)	(159.308.914)	(152.722.450)
RESULTADO FUERA DE EXPLOTACION	(6.177.837)	13.940.785
Ingresos financieros	110.788	2.592.232
Utilidad inversiones empresas relacionadas	239.956	20.417.326
Otros ingresos fuera de la explotación	3.981.874	2.050.530
Pérdida inversión empresas relacionadas (menos)	-	(184.211)
Amortización menor valor de inversiones (menos)	(2.178.025)	(2.272.917)
Gastos financieros(menos)	(5.929.989)	(5.802.689)
Otros egresos fuera de la explotación (menos)	(2.456.807)	(4.152.662)
Corrección monetaria	780.596	1.250.736
Diferencias de cambio	(726.230)	42.440
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	52.529.094	60.950.139
Impuesto a la renta	(5.898.614)	(5.101.452)
UTILIDAD ANTES DE INTERES MINORITARIO	46.630.480	55.848.687
INTERES MINORITARIO	(1.275.176)	(450.481)
UTILIDAD LIQUIDA	45.355.304	55.398.206
Amortización mayor valor de inversiones	38.562	42.121
UTILIDAD DEL EJERCICIO	45.393.866	55.440.327

Las notas adjuntas No.1 a 36 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

Estado Consolidado de Flujo de Efectivo

	Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre	
	2004 M\$	2003 M\$
FLUJO NETO ORIGINADO POR ACTIVIDADES DE LA OPERACION	78.354.677	64.917.853
Recaudación de deudores por venta	521.435.706	480.215.284
Ingresos financieros percibidos	129.595	2.551.978
Dividendos y otros repartos percibidos	31.442	18.707
Otros ingresos percibidos	10.989.311	8.833.976
Pago a proveedores y personal (menos)	(364.010.075)	(353.918.758)
Intereses pagados (menos)	(6.136.194)	(5.777.189)
Impuesto a la renta pagado (menos)	(7.318.466)	(5.681.792)
Otros gastos pagados (menos)	(12.691.834)	(6.449.229)
IVA y otros similares pagados (menos)	(64.074.808)	(54.875.124)
FLUJO NETO ORIGINADO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	(39.683.057)	(100.204.921)
Obtención de préstamos	101.524.905	136.058.795
Obligaciones con el público	33.688.629	-
Otras fuentes de financiamiento	22.048.691	40.716.617
Pago de dividendos (menos)	(28.885.853)	(192.999.419)
Repartos de capital (menos)	-	(1.188)
Pago de préstamos (menos)	(113.765.399)	(44.716.288)
Pago de obligaciones con el público (menos)	(20.857.189)	(1.398.690)
Otros desembolsos por financiamiento (menos)	(33.436.841)	(37.864.748)
FLUJO NETO ORIGINADO POR ACTIVIDADES DE INVERSION	(44.533.156)	9.353.708
Ventas de activo fijo	8.285.473	2.564.636
Ventas de inversiones permanentes	2.460	66.971.490
Ventas de otras inversiones	-	38.454
Recaudación de otros préstamos a empresas relacionadas	165.618	-
Otros ingresos de inversión	2.917	697.442
Incorporación de activos fijos (menos)	(31.879.907)	(25.392.292)
Inversiones permanentes (menos)	(4.193.375)	(35.016.042)
Inversiones en instrumentos financieros (menos)	(13.901.342)	(25.852)
Otros desembolsos de inversión (menos)	(3.015.000)	(484.128)
Flujo neto total del período	(5.861.536)	(25.933.360)
Efecto de la inflación sobre el efectivo y efectivo equivalente	(1.954.049)	(1.478.517)
Variación neta del efectivo y efectivo equivalente	(7.815.585)	(27.411.877)
Saldo inicial de efectivo y efectivo equivalente	68.014.718	95.426.595
SALDO FINAL DE EFECTIVO Y EFECTIVO EQUIVALENTE	60.199.133	68.014.718

Las notas adjuntas No.1 a 36 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

Conciliación entre el Flujo Neto Originado por Actividades de la Operación y el Resultado del Ejercicio

	Al 31 de diciembre de	
	2004 M\$	2003 M\$
UTILIDAD DEL EJERCICIO	45.393.866	55.440.327
Resultado en venta de activos:	(3.332.698)	(1.398.753)
Utilidad en venta de activos fijos	(3.331.781)	(1.352.876)
Pérdida en venta de inversiones	12.665	-
Utilidad en venta de otros activos	(13.582)	(45.877)
Cargos (abonos) a resultado que no representan flujo de efectivo	43.527.546	23.610.270
Depreciación del ejercicio	39.448.381	41.165.102
Amortización de intangibles	401.080	401.271
Castigos y provisiones	3.868.159	4.020.913
Utilidad devengada en inversiones en empresas relacionadas (menos)	(239.956)	(20.417.326)
Pérdida devengada en inversiones en empresas relacionadas	-	184.211
Amortización menor valor de inversiones	2.178.025	2.272.917
Amortización mayor valor de inversiones (menos)	(38.562)	(42.121)
Corrección monetaria neta	(780.596)	(1.250.736)
Diferencia de cambio neta	726.230	(42.440)
Otros abonos a resultado que no representan flujo de efectivo (menos)	(4.656.763)	(4.994.429)
Otros cargos a resultado que no representan flujo de efectivo	2.621.548	2.312.908
Variación de activos, que afectan al flujo de efectivo (aumentos) disminuciones	(8.886.548)	(19.579.952)
Deudores por ventas	1.182.890	(6.988.367)
Existencias	1.340.508	(4.947.813)
Otros activos	(11.409.946)	(7.643.772)
Variación de pasivos, que afectan al flujo de efectivo aumentos (disminuciones)	377.335	6.395.480
Cuentas por pagar relacionadas con el resultado de la explotación	1.847.905	1.023.634
Intereses por pagar	2.192.762	2.318.361
Impuesto a la renta por pagar (neto)	(1.413.529)	2.270.369
Otras cuentas por pagar relacionadas con el resultado fuera de explotación	(4.751.344)	(2.123.431)
I.V.A. y otros similares por pagar (neto)	2.501.541	2.906.547
Utilidad del interés minoritario	1.275.176	450.481
FLUJO NETO ORIGINADO POR ACTIVIDADES DE LA OPERACION	78.354.677	64.917.853

Las notas adjuntas No.1 a 36 forman parte integral de estos estados financieros consolidados

Notas a los Estados Financieros Consolidados

Compañía Cervecerías Unidas S.A. y Filiales (al 31 de diciembre 2004 y 2003)

NOTA 1 INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE VALORES

- a) La Compañía se encuentra inscrita en el Registro de Valores bajo el No.0007 y está sujeta a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros.

Con fecha 5 de julio de 1996, la Compañía Matriz estableció una agencia en Islas Caimán, denominada Compañía Cervecerías Unidas S.A. Cayman Island Branch, quedando inscrita como Compañía Extranjera en el registro de compañías de las Islas Caimán, bajo el No.67115, todo ello de conformidad con la legislación aplicable de dichas islas.

- b) La filial Viña San Pedro S.A. se encuentra inscrita en el Registro de Valores bajo el No.0393 y está sujeta a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros.

NOTA 2 RESUMEN DE LOS PRINCIPALES CRITERIOS CONTABLES APLICADOS

a) Período contable

Los presentes estados financieros consolidados comprenden los ejercicios terminados al 31 de diciembre 2004 y 2003.

b) Bases de preparación de los estados financieros consolidados

Los presentes estados financieros han sido preparados de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados emitidos por el Colegio de Contadores de Chile A.G. y con normas impartidas por la Superintendencia de Valores y Seguros. En el caso de existir discrepancias entre los principios de contabilidad generalmente aceptados emitidos por el Colegio de Contadores de Chile A.G. y las normas impartidas por la Superintendencia de Valores y Seguros, primarán estas últimas.

Los estados financieros consolidados incluyen todos los saldos de la Compañía Matriz y de las filiales (empresas en las que la participación directa de la Compañía Matriz supera el 50% de participación). Las filiales incluidas en los presentes estados financieros consolidados son las siguientes:

Rut	Nombre Sociedad	Porcentaje de Participación			
		2004			2003
		Directo	Indirecto	Total	Total
		%	%	%	%
91.022.000-4	Aguas Minerales Cachantun S.A.	99,9309	-	99,9309	99,9309
Sociedad extranjera	Andina de Desarrollo S.A.	-	52,3986	52,3986	52,3986
Sociedad extranjera	CCU Cayman Limited	-	99,9403	99,9403	99,9411
88.586.400-7	Cervecera CCU Chile Limitada	95,0000	4,9965	99,9965	99,9965
Sociedad extranjera	Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	89,2170	-	89,2170	89,2170
99.554.560-8	Comercial e Industrial Calafquen S.A. (3)	50,0000	49,9702	99,9702	99,9705
Sociedad extranjera	Compañía Industrial Cervecera S.A.	-	88,5113	88,5113	88,5113
91.145.000-3	ECUSA (Ex Comercial CCU Santiago)	97,5310	2,4093	99,9403	99,7643
96.524.410-7	Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (8)	-	-	-	99,9411
86.150.200-7	Fábrica de Envases Plásticos S.A.	90,9100	9,0837	99,9937	99,9937
Sociedad extranjera	Finca Eugenio Bustos S.A.	-	60,3249	60,3249	60,3248
Sociedad extranjera	Finca La Celia S.A. (5)	-	60,3249	60,3249	60,3249
99.501.760-1	Inversiones Ecusa S.A. (1)	0,0158	99,9245	99,9403	99,9411

Rut	Nombre Sociedad	Porcentaje de Participación			
		2004			2003
		Directo %	Indirecto %	Total %	Total %
96.989.120-4	Pisconor S.A.	99,0000	0,9999	99,9999	99,9999
Sociedad extranjera	Saint Joseph Investment Limited	-	99,9403	99,9403	99,9411
Sociedad extranjera	San Pedro Limited (6)	-	60,3250	60,3250	-
Sociedad extranjera	South Investment Limited	-	99,9403	99,9403	99,9411
Sociedad extranjera	Southern Breweries Establishment (2)	50,0000	49,9702	99,9702	99,9705
79.862.750-3	Transportes CCU Limitada	98,0000	1,9999	99,9999	99,9999
77.736.670-K	Vending y Servicios CCU Limitada	-	99,9415	99,9415	99,9422
91.041.000-8	Viña San Pedro S.A.	60,3250	-	60,3250	60,3250
79.713.460-0	Viña Santa Helena S.A.	-	60,2647	60,2647	60,2647
99.503.120-5	Viña Urmeneta S.A. (4)	-	60,3249	60,3249	60,3249

Los efectos en los resultados no realizados, las transacciones y los saldos con las empresas filiales, han sido eliminados y se ha dado reconocimiento a la participación de los inversionistas minoritarios, presentada como Interés Minoritario.

Respecto de las inversiones en filiales en Argentina se han efectuado análisis críticos del eventual deterioro de valor, dada la situación imperante en dicho país, habiéndose concluido que no se requiere ajuste alguno por este concepto.

La moneda de control de estas filiales es el dólar estadounidense y la diferencia de conversión se contabiliza en el patrimonio en la cuenta denominada "Ajuste Acumulado por Diferencia de Conversión", de acuerdo al Boletín Técnico No.64 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

Los principales movimientos ocurridos en la propiedad de las filiales incluidas en los presentes estados financieros para el período comprendido entre el 1 de enero 2003 y el 31 de diciembre 2004 son los siguientes:

(1) Inversiones Ecusa S.A.

Con fecha 30 de diciembre de 2003 en Segunda Junta Extraordinaria de Accionistas ,se acordó la disminución del Capital Social de la sociedad por un monto de \$86.464.893.636 (histórico), la cual se formalizó y materializó con fecha 17 de febrero 2004, quedando el Capital Social de la sociedad en un monto de M\$2.263.359 (histórico).

(2) Southern Breweries Establishment (S.B.E.)

Con fecha 10 de abril de 2003 Compañía Cervecerías Unidas S.A. Cayman Islands Branch adquirió de Lanzville la totalidad de los derechos de que esta era titular en S.B.E. Como consecuencia de dicha compra, los actuales y únicos socios de S.B.E. son la sociedad Inversiones Ecusa S.A. y CCU Cayman Branch en proporción del 50% cada una, pasando S.B.E. a ser filial y a consolidar sus resultados con Compañía Cervecerías Unidas S.A., a partir de abril de 2003.

(3) Comercial e Industrial Calafquén S.A.

Con fecha 10 de diciembre 2003, se constituyó como sociedad anónima cerrada. El capital de esta sociedad es de M\$1.000 (histórico) dividido en cien acciones nominativas todas de una misma serie y sin valor nominal.

(4) Viña Urmeneta S.A.

Con fecha 24 de noviembre 2004, Viña Urmeneta S.A. realizó una disminución de capital por un valor de M\$15.733.183 (histórico), previo a capitalizar el saldo de la cuenta Otras Reservas Voluntarias por un monto de M\$5.721.568. El propósito de esta disminución es concentrar a Viña Urmeneta S.A. en eventuales nuevas líneas de negocios a desarrollar, eliminando sus inversiones en el extranjero, lo cual se materializa con la transferencia

a la filial Viña San Pedro S.A. de las acciones y derechos sobre la filial argentina Finca La Celia S.A. ascendente a un valor de inversión a dicha fecha de M\$15.717.449 (histórico), y el pago de la proporción del capital que le corresponde a la filial Viña Santa Helena S.A. por M\$15.733 (histórico).

Esto le significó a Viña San Pedro S.A. aumentar su porcentaje de participación directa en la filial Finca La Celia S.A. de un 11,5563% a un 99,91%.

(5) Finca La Celia S.A.

Con fecha 16 y 20 de julio de 2004, Viña San Pedro S.A. realizó aportes irrevocables en la Sociedad filial Finca La Celia S.A. por un monto total de US\$3.500.000 equivalentes a M\$2.180.094 (históricos).

(6) San Pedro Limited

Con fecha 23 de diciembre 2004 se constituyó San Pedro Limited filial de Viña San Pedro ubicada en el Reino Unido, su capital equivalente a 100 libras, aún no ha sido enterado al 31 de diciembre 2004.

(7) Comercial CCU Santiago S.A.

Con fecha 14 de octubre 2004 en Junta General Extraordinaria de Accionistas de Comercial CCU Santiago S.A. se acordó aumentar el capital de la Sociedad ascendente a \$41.250.469.557 dividido en 412.208.528 acciones nominativas a la suma de \$180.053.414.883 dividido en 1.799.241.398, mediante la emisión de 1.387.032.870 acciones de pago, representativas de la cantidad total de \$138.802.945.326, fijando así el valor de colocación de cada acción de pago en \$100,07185.

En la Junta antes mencionada se aprobó, además, la emisión de 1.249.036.970 acciones que la Compañía tiene derecho preferente a suscribir en dicho aumento de capital, pagadas mediante el aporte en dominio de las 63.864.417 acciones de que es titular en Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. al valor de \$124.993.440.295.

En dicha Junta se aprueba, asimismo, el cambio de nombre de Comercial CCU Santiago S.A. por el de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.

(8) Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.

Como resultado de la operación antes descrita, con fecha 30 de noviembre 2004 se produce la disolución de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. por absorción, al reunirse la totalidad de las acciones de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. en Comercial CCU Santiago S.A., hoy Embotelladoras Chilenas Unidas S.A., pasando ésta a ser la continuadora y sucesora para todos los efectos legales. Esta operación no produjo efectos en resultado.

c) Bases de presentación

Para fines comparativos, las cifras de los estados financieros y notas explicativas del ejercicio anterior han sido actualizadas extracontablemente en el porcentaje de variación del Índice de Precios al Consumidor, que para el período comprendido entre 1 de diciembre 2003 y 30 de noviembre 2004, ascendió a 2,5%. Adicionalmente, se han efectuado algunas reclasificaciones menores.

d) Corrección monetaria

Los presentes estados financieros han sido ajustados para reconocer los efectos de la variación en el poder adquisitivo de la moneda ocurrida en los respectivos ejercicios. Para estos efectos se han aplicado las disposiciones vigentes, que establecen que los activos y pasivos no monetarios al cierre de cada ejercicio y el patrimonio inicial y sus variaciones, deben actualizarse con efecto en resultados. Además, los saldos de las cuentas de resultados fueron ajustados monetariamente para expresarlos a valores de cierre. Las actualizaciones han sido determinadas a base de los índices oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas, que dieron origen a un 2,5% para el período comprendido entre 1 de diciembre 2003 y 30 de noviembre 2004 (1,0% para igual período del año anterior).

e) Bases de conversión

Los saldos en moneda extranjera y unidades reajustables incluidos en el balance general han sido traducidos a pesos al cierre de cada ejercicio, de acuerdo al tipo de cambio informado por el Banco Central de Chile y al valor de cierre de la unidad reajutable.

	2004	2003
	\$	\$
Unidad de fomento (UF)	17.317,05	16.920,00
Dólar estadounidense (US\$)	557,40	593,80
Euro (EURO)	760,13	744,95
Yen japonés (YEN)	5,41	5,55
Corona danesa (CRD)	102,19	100,07
Dólar canadiense (CAD)	463,19	459,53
Corona sueca (CRS)	84,26	81,93
Peso argentino (\$ARG)	187,05	202,66

f) Depósitos a plazo

Los depósitos a plazo se presentan al valor de inversión, más intereses y reajustes devengados.

g) Valores negociables

Las inversiones presentadas bajo este rubro han sido valorizadas de la siguiente forma:

- Acciones que no representan capacidad de ejercer influencia significativa se presentan valorizadas al menor valor entre el costo de adquisición corregido monetariamente y el valor de cotización bursátil de la cartera de acciones.
- Las inversiones en cuotas de fondos mutuos, se valorizan al valor de rescate de la cuota al cierre de cada ejercicio.

h) Provisión para deudores de dudosa recuperación

Se han constituido provisiones para cubrir cuentas por cobrar de dudosa recuperación, las que han sido determinadas, principalmente, sobre la base de un análisis por antigüedad de saldos vencidos, bajo los siguientes parámetros:

Desde	61-90	91-120	121-180	más de 180 días
Deudores por ventas de productos	20%	30%	60%	100%
Deudores por garantías de envases	0%	0%	60%	100%

Documentos en cobranza judicial				
Deudores por ventas de productos	100%	-	-	-
Deudores por garantías de envases	100%	-	-	-

Los documentos protestados, desde 31 días vencidos, se provisionan en un 100%.

Dichas provisiones se presentan deducidas de los rubros deudores por ventas, documentos por cobrar y deudores varios.

La provisión determinada bajo los parámetros antes descritos, resulta razonable según la administración para cubrir la eventual incobrabilidad.

i) Deudores por venta - factoring

Los contratos de Factoring al 31 de diciembre 2003, se presentan rebajando el rubro Deudores por ventas, en atención a que la Compañía no ha retenido riesgos que resulten significativos. No existen contratos de factoring al 31 de diciembre 2004.

j) Existencias

Se presentan bajo este rubro las existencias del giro comercial que se estima tendrán rotación efectiva dentro de un año.

Los productos terminados se valorizan al costo de producción corregidos monetariamente, utilizando el método de costeo por absorción, el que incluye los costos directos de las materias primas, mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

Las existencias de materias primas, materiales e insumos están valorizadas al costo de adquisición corregido monetariamente.

Los valores determinados en la forma antes descrita no exceden a los respectivos valores de realización y reposición.

La Compañía y sus filiales provisionan las existencias obsoletas de acuerdo a informes técnicos emitidos por las unidades responsables de su control.

k) Gastos pagados por anticipado

Bajo este rubro se presentan, los saldos de los servicios contratados que no han sido recibidos a la fecha de cierre.

Los gastos en publicidad con los canales de televisión se contabilizan en el activo de acuerdo a los pagos efectuados y se cargan a resultado según éstos sean exhibidos.

l) Otros activos circulantes

Bajo este rubro se presentan principalmente los siguientes conceptos:

- Inversiones en instrumentos del Banco Central de Chile y otras instituciones, adquiridos con compromiso de retroventa, los cuales han sido valorizados de acuerdo a los costos de inversión más los respectivos intereses y reajustes devengados.
- Materiales por consumir en el corto plazo.
- Activos fijos prescindibles que se estima serán enajenados dentro de un año, los que han sido ajustados a sus probables valores de realización cuando este resulta menor que el valor de libro.
- Gastos asociados a la obtención de financiamiento, que serán amortizados dentro de los doce meses siguientes.
- Menor valor determinado en la colocación de bonos de diciembre 2004 que serán amortizados dentro de los doce meses siguientes.
- De la filial CCU Argentina S.A. y sus filiales, al 31 de diciembre 2003 se incluyen bonos del Gobierno Provincial y Nacional sin cotización bursátil, los que se encuentran valorizados a su valor nominal. No existen bonos del Gobierno Provincial y Nacional al 31 de diciembre 2004.

m) Activo fijo

Estos bienes se valorizan al costo de adquisición corregido monetariamente, neto de provisiones por obsolescencia.

Además, se ha dado reconocimiento al mayor valor por retasación técnica de activos fijos de la Compañía Matriz efectuada en el año 1979, y el mayor valor correspondiente a la retasación técnica de una porción significativa de los activos fijos de las filiales de Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A..

La depreciación se ha calculado en forma lineal sobre la base de los años de vida útil restante estimada de los respectivos bienes.

n) Activos en leasing

Los activos fijos adquiridos bajo la modalidad de leasing financiero se registran al valor actual de los respectivos contratos. La valorización y depreciación de estos activos se efectúa de la misma forma que los activos fijos.

La obligación correspondiente se presenta en el pasivo de corto y largo plazo, neto de intereses diferidos.

Los bienes adquiridos bajo esta modalidad no son jurídicamente de propiedad de la sociedad, por lo que mientras no se ejerza las correspondientes opciones de compras no se puede disponer libremente de ellos.

ñ) Envases y garantías de envases

Los envases se presentan a su valor de costo más corrección monetaria, netos de provisiones por obsolescencia.

Los envases de vidrio se deprecian en forma lineal en un período de ocho años y los envases de plástico retornables en cuatro años. Los casilleros y cajas plásticas se deprecian en forma lineal en un período de diez años.

El pasivo por garantías de envases en circulación se determina a base de una estimación de las devoluciones esperadas respecto al total del valor de las garantías vigentes. Dicha estimación se determina a base de un recuento físico practicado a los envases en poder de los clientes más una estimación de aquellos en poder de los consumidores finales, establecida en función de estudios técnicos independientes y de antecedentes históricos.

En el pasivo de corto plazo se presenta esta obligación por aquellas garantías relacionadas con documentos por cobrar que se presentan en el activo circulante. Las restantes garantías se presentan en el pasivo a largo plazo.

o) Inversiones en empresas relacionadas

Las inversiones en acciones y en derechos en sociedades, con capacidad de ejercer influencia significativa sobre la sociedad emisora, se presentan valorizadas de acuerdo a la metodología del Valor Patrimonial Proporcional, dando reconocimiento a la participación en los resultados sobre base devengada. Consecuentemente con el tratamiento antes descrito, los resultados no realizados originados por transacciones intercompañías han sido eliminados.

No se han efectuado adquisiciones con posterioridad al año 2003, por lo que no se ha dado aplicación al Boletín Técnico No.72 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

p) Mayor y menor valor de inversiones

Las diferencias producidas entre el costo de las inversiones a la fecha de compra y el Valor Patrimonial, se ha imputado a la cuenta Menor o Mayor Valor de Inversiones, según corresponda, amortizándose con cargo o abono

a resultados en un plazo máximo de 20 años. La determinación de los plazos de amortización se ha realizado considerando aspectos tales como la naturaleza y características del negocio y los plazos estimados de retorno de las inversiones.

q) Intangibles

Se presenta bajo este rubro marcas comerciales y otros conceptos similares, los que han sido valorizadas a su costo de adquisición corregido monetariamente neto de amortizaciones. Los plazos de amortización se han establecido de acuerdo con los flujos que la Compañía estima producirán estas marcas de acuerdo con los antecedentes de que dispone, los cuales exceden el período máximo de 20 años en el que actualmente se amortiza conforme a lo dispuesto en el Boletín Técnico No.55 del Colegio De Contadores de Chile A.G..

r) Otros activos - otros

Bajo este rubro se presentan principalmente los siguientes conceptos:

- Activos fijos considerados prescindibles y susceptibles de ser enajenados, los que han sido ajustados a sus probables valores de realización, cuando este resulta menor que el valor de libro.
- Impuesto IVA a los exportadores e Impuesto a la ganancia mínima presunta vigente en Argentina, equivalente al 1% del valor de los activos de la sociedad, y que se podrá imputar al Impuesto a las Ganancias hasta en diez años.
- Los contratos de publicidad de largo plazo (no consumidos), se valorizan a su valor de costo corregido monetariamente, neto de amortizaciones por servicios recibidos por este concepto.
- IVA Crédito Exportación a largo plazo por compras internas de las filiales en Argentina, cuya recuperación se estima en un plazo superior a un año.
- Gastos asociados a la obtención de financiamiento que serán amortizados en el plazo de los respectivos créditos.
- Menor valor determinado en la colocación de bonos que serán amortizados en el largo plazo.

s) Indemnización por años de servicio

La Compañía Matriz y la mayoría de sus filiales han acordado con su personal acogido a convenio colectivo el pago de indemnizaciones por años de servicio a todo evento. Esta provisión se presenta bajo el pasivo a largo plazo y ha sido calculado a base del método del valor actual con una tasa de descuento de 7% anual, considerando el costo devengado de la obligación sobre la base de la antigüedad que tendrá el personal hasta la fecha de jubilación. Para aquellos casos en que los contratos colectivos limitan el beneficio a un número máximo de retiros de trabajadores por año, la obligación se determina a valor corriente y se presenta en el pasivo circulante.

t) Software computacional

El costo de adquisición de los software, adquiridos como paquetes computacionales, se difiere y amortiza linealmente en un período de cuatro años, salvo el Software PeopleSoft el cual se amortiza en un plazo de siete años.

u) Ingresos de explotación

Los ingresos por ventas de los bienes del giro se reconocen al momento del despacho físico del producto conjuntamente con la transferencia al comprador de los riesgos y beneficios de la propiedad de los mismos. En

el caso de las ventas de exportación el ingreso se reconoce cuando el despacho ha sido recibido por la compañía naviera.

v) Impuestos a la renta e impuestos diferidos

La Compañía y sus filiales provisionan los impuestos a la renta sobre base devengada, de conformidad a las disposiciones legales vigentes.

Los efectos de impuestos diferidos originados por las diferencias entre el balance financiero y el balance tributario, se registran por todas las diferencias temporales, considerando la tasa de impuesto que estará vigente a la fecha estimada de reverso. Los efectos derivados de los impuestos diferidos existentes a la fecha de implantación del Boletín Técnico No.60 y no reconocidas anteriormente, se reconocen en resultados a medida que las diferencias temporales se reversan.

w) Cuentas por pagar

Las cuentas por pagar corresponden a operaciones con vencimiento a menos de un año, relacionadas con operaciones del giro de la Compañía.

x) Obligaciones con el público

Se presenta en este rubro la obligación por la colocación de bonos emitidos por la Compañía Matriz a su valor nominal más reajustes e intereses devengados. La diferencia producida entre el valor par y el valor de colocación, se difiere y amortiza en el plazo de la colocación.

y) Gastos en investigación y desarrollo

Los gastos de estudio, optimización y/o evaluación de nuevos proyectos son cargados a los resultados del ejercicio en que se incurren.

Al respecto, no se ha incurrido en gastos de investigación y desarrollo que requieran ser expuestos detalladamente conforme a lo definido en la Circular No.981 de la Superintendencia de Valores y Seguros.

z) Vacaciones del personal

El costo de las vacaciones del personal se reconoce sobre base devengada.

aa) Estado de flujos de efectivo

Se considera como efectivo y efectivo equivalente el disponible y todas aquellas inversiones financieras de fácil liquidación, pactadas a un máximo de noventa días, incluyendo instrumentos tales como depósitos a plazo, fondos mutuos no accionarios y pactos de retroventa.

Bajo flujos originados por actividades de la operación se incluyen todos aquellos flujos de efectivo relacionados con el giro social, incluyendo además los intereses pagados, los ingresos financieros y, en general, todos aquellos flujos que no están definidos como de inversión o financiamiento. Cabe destacar que el concepto operacional utilizado en este estado, es más amplio que el considerado en el estado de resultados.

ab) Contratos de derivados

La Sociedad Matriz mantiene contratos de cobertura de fluctuación de monedas y tasas de interés, los cuales se valorizan de acuerdo al Boletín Técnico No.57 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

En el balance se refleja el derecho u obligación neta al cierre de cada ejercicio clasificándose de acuerdo al vencimiento de los contratos, según corresponda.

A la fecha de cierre de estos estados financieros se presentan obligaciones por este concepto en otros pasivos circulantes y Otros pasivos a largo plazo.

NOTA 3 CAMBIOS CONTABLES

Durante el ejercicio 2004, no se efectuaron cambios contables con respecto al ejercicio anterior, que puedan afectar significativamente la interpretación de estos estados financieros.

NOTA 4 VALORES NEGOCIABLES

La composición del saldo de este rubro, para ambos ejercicios, es la siguiente:

Instrumentos	Valor Contable	
	2004 M\$	2003 M\$
Acciones	243.760	244.975
Cuotas de fondos mutos	3.966.922	20.834.916
Pagarés de oferta pública	-	622.646
Total	4.210.682	21.702.537

a) Acciones

Rut	Nombre Sociedad	Número de Acciones	Porcentaje de Participación %	Valor Bursátil Unitario \$	Valor Bursátil Inversión M\$	Costo Corregido M\$
97.004.000-5	Banco de Chile	224.310	0,0003	35	7.941	72.753
90.749.000-9	S.A.C.I. Falabella S.A.	110.470	0,0046	1.347	148.814	60.087
90.222.000-3	Empresas CMPC S.A.	7.300	0,0037	12.959	94.604	36.839
91.021.000-9	Madeco S.A.	97.758	0,0024	59	5.745	23.874
90.274.000-7	CTI Compañía Tecno Industrial S.A.	1.018.164	0,0171	13	13.215	7.888
93.065.000-5	Pesquera Coloso S.A.	24.357	0,0125	755	18.390	7.229
91.656.000-1	Industrias Forestales S.A.	34.727	0,0016	139	4.812	6.350
91.643.000-0	Empresa Pesquera Eperva S.A.	34.750	0,0112	258	8.963	5.862
94.271.000-3	Enersis S.A.	152.381	0,0005	94	14.359	5.709
90.286.000-2	Compañía Chilena de Tabacos S.A.	5.879	0,0084	600	3.528	3.270
94.272.000-9	AES Gener S.A.	18.518	0,0003	101	1.871	3.129
91.297.000-0	Cap S.A.	2.957	0,0020	5.197	15.369	3.083
90.635.000-9	Compañía de Telecomunicaciones de Chile S.A., Serie A	727	0,0000	1.557	1.132	2.517
97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones, Serie A	694	0,0001	12.446	8.638	1.422
91.550.000-5	Empresas Iansa S.A.	13.900	0,0005	24	339	1.251
96.528.990-9	Banmédica S.A.	5.661	0,0007	370	2.096	1.237
98.001.000-7	AFP Cuprum S.A.	157	0,0000	10.850	1.703	1.235
96.602.640-5	Puerto Ventanas S.A.	52	0,0000	85	4	25
94.478.000-9	Indiver S.A.	60.729	0,0220	210	12.753	-
94.082.000-6	Inversiones Siemel	11.942	0,0032	280	3.344	-
Valor Cartera de Inversiones					367.620	243.760
Valor Contable Cartera de Inversiones						243.760

b) Cuotas de Fondos Mutuos

Al 31 de diciembre 2004, el detalle de las inversiones en cuotas de fondos mutuos (de renta fija) es el siguiente:

Instrumento	Cuotas		Valor Contable
	Número	Valor	M\$
F.M. Scotiabank Clipper (1)	2.920,294	1.027,91	3.001.799
Boston Administradora General de Fondos Mutuos (1)	148,875	1.007,73	150.026
Boston Administradora General de Fondos Mutuos (1)	471,438	1.007,73	475.083
Banco de Chile Nueva York (2)	-	340.014	340.014
Total			3.966.922

(1) Fondo Mutuo en pesos pactados en tasa mensual.

(2) Inversiones Overnight

NOTA 5 DEUDORES CORTO Y LARGO PLAZO

En relación con las cuentas por cobrar la composición de las mismas es la siguiente:

El Rubro deudores por ventas representa cuentas por cobrar del giro. Dentro de estas, los principales componentes corresponden al segmento vinos, con un 39,39%; al segmento gaseosas, minerales y néctares con un 25,23%; al negocio de cervezas en Chile con un 28,18%; a cervezas en Argentina con un 6,54% y el restante 0,66% corresponde a otros.

Los Deudores por ventas por tipo de moneda se componen en un 61,12% en moneda nacional, 30,81% en dólares, 6,49% en pesos argentinos y un 1,58% en otras monedas.

El rubro Documentos por cobrar representa documentos por cobrar por operaciones del giro. Dentro de estas, los principales componentes corresponden al negocio de cervezas en Chile con un 61,94%; al segmento gaseosas, minerales y néctares con un 22,02%; al segmento vinos con un 10%; a cervezas en Argentina con un 4,44% y un 1,6% corresponde a otros.

Los Documentos por cobrar por tipo de moneda se componen en un 95,25% en moneda nacional, 4,71% en pesos argentinos y un 0,04% en dólares.

El rubro Deudores varios representa derechos fuera del giro. Dentro de estas, los principales componentes corresponden al segmento vinos con un 22,8%; al segmento gaseosas, minerales y néctares con un 30,18%; a cervezas en Argentina con un 8,27%; a cervezas en Chile con un 27,74%; al segmento de pisco con 2,21% y el restante 8,8% corresponde a otros.

Los Deudores varios por tipo de moneda se componen en un 87,64% en moneda nacional, un 8,71% en pesos Argentinos, 3,51% en dólares y un 0,15% en otras monedas.

Rubro	Circulantes							Largo Plazo	
	Hasta 90 días		Más de 90 hasta 1 año		Subtotal	Total Circulante (neto)		2004 M\$	2003 M\$
	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2004 M\$	2003 M\$		
Deudores por Ventas	48.368.134	39.695.191	3.385.671	2.610.893	51.753.805	48.894.848	39.782.559	-	78.679
Estimación deudores incobrables					2.858.957	-	-	-	-
Documentos por cobrar	24.923.614	25.681.655	2.884.614	2.170.064	27.808.228	24.673.939	24.231.487	4.444	5.412
Estimación deudores incobrables					3.134.289	-	-	-	-
Deudores varios	8.943.816	8.452.060	424.692	416.765	9.368.508	9.232.036	8.546.293	14.686	16.817
Estimación deudores incobrables					136.472	-	-	-	-
Total deudores largo plazo								19.130	100.908

NOTA 6 SALDOS Y TRANSACCIONES CON ENTIDADES RELACIONADAS

Se presentan cuentas mercantiles con empresas relacionadas según detalle adjunto, que corresponden a operaciones del giro, valorizadas según los términos definidos en los contratos de cuentas corrientes mercantiles que se han suscrito.

Condiciones de los contratos con empresas relacionadas:

- (1) Corresponde a operaciones del giro social, pactadas en moneda extranjera y que no devengan intereses y las condiciones de pago son habitualmente a 30 días.
- (2) Corresponde a operaciones del giro social, pactadas en pesos. Dichas operaciones se liquidarán el último día hábil de cada mes. El saldo parcial devenga interés simple a tasa activa bancaria (TAB) de 90 días más un spread de 1,56%.
- (3) Corresponde a operaciones del giro social de las sociedades que no están amparadas por un contrato de cuenta corriente mercantil, que no generan intereses y cuya condición de pago es, habitualmente, a 30 días.
- (4) Corresponde a operaciones del giro social, pactadas en pesos. Dichas operaciones se liquidarán el último día hábil de cada mes. El saldo parcial devenga interés correspondiente a tasa activa bancaria (TAB) de 90 días más un spread de 3% anual. Estos intereses se pagarán o cargarán a la cuenta corriente mercantil.

Conforme se señala en Nota 24, en diciembre 2004 se enajenó a Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650 S.A., un terreno para desarrollo de un proyecto inmobiliario en el que participa, entre otros, Inversiones Inmobiliarias Ocho S.A. (Ocho SA). Al respecto, tres ejecutivos de la Compañía mantienen una participación de un diez por ciento cada uno en Ocho SA, que adquirirá dos pisos en el edificio que se construirá en dicho terreno. Por su parte Ocho SA mantiene una participación de un 7,1731% en Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650 S.A..

Asimismo uno de estos ejecutivos participa directamente en Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650 S.A. con un 0,00001%.

En consecuencia la transacción indirecta relacionada con la venta del terreno, vía los ejecutivos de la Compañía Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650 S.A., ascendió, al cierre del ejercicio 2004, a M\$158.759.

Al 31 de diciembre 2004 y 2003 se incluyen cuentas con empresas relacionadas según el siguiente detalle:

a) Documentos y cuentas por cobrar

Rut	Sociedad	Corto Plazo	
		2004 M\$	2003 M\$
96.969.180-9	Viña Dassault San Pedro S.A. (3)	773.168	350.503
Sociedad extranjera	Heineken Brouwerijern B.V. (1)	163.326	87.658
77.755.610-K	Comercial Patagona Ltda. (3)	88.162	38.324
99.542.980-2	Calaf S.A. (4)	80.395	-
96.981.310-6	Compañía Cervecera Kunstmann S.A. (2)	75.602	70.002
96.919.980-7	Cervecería Austral S.A.(3)	72.704	66.619
Sociedad extranjera	Anheuser Bush International Inc. (1)	31.628	-
Sociedad extranjera	Latincermex (3)	21.793	-
93.493.000-2	Hoteles Carrera S.A. (3)	15.768	20.821
79.903.790-4	Agrícola Río Negro (3)	12.210	12.514
99.531.920-9	Viña Tabalí S.A.(3)	8.882	30.151
97.004.000-5	Banco de Chile (3)	8.791	6.465
91.705.000-7	Quiñenco S.A. (3)	825	-
93.920.000-2	Mineral Antofagasta (3)	162	166
81.148.200-5	Ferrocarriles de Antofagasta a Bolivia (3)	-	306
96.567.040-8	Compañía Minera Quebrada Blanca (3)	-	9.771
Total		1.353.416	693.300

b) Documentos y cuentas por pagar

Rut	Sociedad	Corto Plazo	
		2004 M\$	2003 M\$
99.542.980-2	Calaf S.A. (4)	461.943	-
Sociedad extranjera	Heineken Brouwerijen B.V (1)	400.828	258.496
Sociedad extranjera	Anheuser Busch Latin America Development Corporation (1)	196.266	168.033
97.004.000-5	Cervecería Austral S.A. (3)	162.287	123.286
Sociedad extranjera	Anheuser Busch International, Inc (1)	69.859	231.081
96.981.310-6	Compañía Cervecera Kunstmann S.A. (2)	54.394	114.905
77.755.610-K	Comercial Patagona Ltda (3)	36.568	12.520
99.531.920-9	Viña Tabalí S.A. (3)	19.371	-
92.580.000-7	Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. (3)	10.775	1.074
96.570.160-5	Cotelso S.A. (3)	8.577	46.205
96.806.980-2	Entel PCS Telecomunicaciones S.A. (3)	6.482	26.483
96.570.710-7	Editorial Trineo S.A. (3)	5.057	-
89.010.400-2	Alufoil S.A. (3)	4.988	137.717
96.969.180-9	Viña Dassault San Pedro S.A. (3)	306	-
92.047.000-9	Compañía De Telefonos De Coyhaique S.A. (3)	140	324
93.493.000-2	Hoteles Carrera S.A. (3)	41	2.821
97.004.000-5	Banco de Chile (3)	-	7.126
79.903.790-4	Quiñenco S.A. (3)	-	7.747
96.847.140-6	Inmobiliaria Norte Verde S.A. (3)	-	22.117
96.674.330-1	Telefónica del Sur Carrier S.A. (3)	-	879
Total		1.437.882	1.160.814

c) Transacciones

Para dar cumplimiento con lo dispuesto por la Circular No.109 de la Superintendencia de Valores y Seguros, se indica a continuación las principales transacciones con partes relacionadas:

Sociedad	Rut	Naturaleza de la Relación	Descripción de la Transacción	2004		2003	
				Valor de la Transacción M\$	Efecto en Resultados (Cargo/Abono) M\$	Valor de la Transacción M\$	Efecto en Resultados (Cargo/Abono) M\$
Alufoil S.A.	89.010.400-2	Controlador común	Compra de productos	615.803	(615.803)	774.309	(774.309)
Alusa S.A.	84.898.000-5	Controlador común	Compra de productos	368.748	(368.748)	-	-
Anheuser-Busch International, Inc (*)	Sociedad extranjera	Indirecta	Compra de productos	2.671.706	(2.671.706)	2.929.272	(2.929.272)
		Indirecta	Venta de productos	1.121.235	1.121.235	1.161.540	1.161.540
		Indirecta	Contribución marketing	377.898	377.898	421.015	421.015
Anheuser Busch Latin America Development Corporation	Sociedad extranjera	Indirecta	Servicios pagados	-	-	17.057	(17.057)
		Indirecta	Licencia y asesoría técnica	794.067	(794.067)	592.140	(592.140)
Antofagasta Mineral S.A.	93.920.000-2	Controlador común	Venta de productos	-	-	171	171
Banchile Corredores de Bolsa	96.571.220-8	Controlador común	Inversiones	156.529.053	-	178.891.943	-
		Controlador común	Intereses ganados	61.325	61.325	201.972	201.972
Banco de Chile	97.004.000-5	Controlador común	Inversiones	375.097.297	-	488.945.499	-
		Controlador común	Intereses ganados	147.778	147.778	411.353	411.353
		Controlador común	Servicios pagados	9.845	(9.845)	78.281	(78.281)
		Controlador común	Servicios de recaudación	113.122	(113.122)	176.192	(176.192)
		Controlador común	Venta de productos	5.924	5.924	6.023	6.023
		Controlador común	Préstamos obtenidos	6.973.533	-	520.715	-
		Controlador común	Intereses por préstamos	62.878	(62.878)	204.670	(204.670)
		Controlador común	Forward Pesos - US\$	17.855.600	45.630	41.156.784	(73.592)
Calaf S.A.	99.542.980-2	Coligada	Pagos por cuenta de la relacionada	137.672	-	-	-
		Coligada	Servicios cobrados	494.895	494.895	-	-
		Coligada	Compra de productos	5.670.962	(5.670.962)	-	-
		Coligada	Aporte capital	5.143.463	-	-	-
Cervecería Austral S.A.	96.919.980-7	Coligada	Servicio maquila pagado	-	-	10.444	10.444
		Coligada	Venta materia prima	10.979	10.979	50.625	50.625
		Coligada	Compra de productos	-	-	5.058	(5.058)
		Coligada	Royalty pagado	440.020	(440.020)	475.478	(475.478)
		Coligada	Royalty cobrado	106.943	106.943	-	-
		Coligada	Servicio distribución	-	-	18.064	(18.064)
		Coligada	Publicidad	-	-	20.500	(20.500)
		Coligada	Pagos por cuenta de la relacionada	1.070	-	19.081	-
		Coligada	Asistencia técnica y servicios cobrados	186.827	186.827	60.745	60.745
Comercial Patagona Ltda.	77.755.610-K	Coligada	Venta producto	869.016	869.016	696.709	696.709
		Coligada	Pago publicidad	10.000	(10.000)	-	-
		Coligada	Facturación de servicios	13.497	(13.497)	14.170	(14.170)
		Coligada	Compra de productos	8.800	(8.800)	33.361	(33.361)
		Coligada	Servicios cobrados	983.934	983.934	24.487	24.487
Compañía Cervecera Kunstmann S.A.	96.981.310-6	Coligada	Venta de productos	226	226	-	-
		Coligada	Compra de productos	-	-	192.157	(192.157)
		Coligada	Recuperación de gastos	-	-	30.436	-
		Coligada	Asistencia técnica cobrada	4.067	4.067	27.797	27.797
		Coligada	Pagos por cuenta de la relacionada	1.500	-	64.589	-
		Coligada	Servicios cobrados	12.601	12.601	-	-
Cotelsa S.A.	96.570.160-5	Controlador común	Compra de productos	111.146	(111.146)	184.996	(184.996)
Editorial Trineo S.A.	96.570.710-7	Controlador común	Servicios pagados	13.565	(13.565)	51.713	(51.713)
		Controlador común	Compra de productos	444.094	(444.094)	384.496	(384.496)
Entel Chile S.A.	92.580.000-7	Controlador común	Servicios pagados	213.020	(213.020)	369.339	(369.339)
Entel PCS Telecomunicaciones S.A.	96.806.980-2	Controlador común	Servicios pagados	528.501	(528.501)	499.571	(499.571)

c) Transacciones, continuación

Sociedad	Rut	Naturaleza de la Relación	Descripción de la Transacción	2004		2003	
				Valor de la Transacción M\$	Efecto en Resultado (Cargo/Abono) M\$	Valor de la Transacción M\$	Efecto en Resultado (Cargo/Abono) M\$
Heineken Brouwerijen B.V.	Sociedad extranjera	Accionista de la Matriz	Royalty	675.094	(675.094)	280.115	(280.115)
		Accionista de la Matriz	Servicios pagados	34.506	(34.506)	18.414	(18.414)
		Accionista de la Matriz	Licencia y asesoría técnica	1.327.456	(1.327.456)	367.805	(367.805)
		Accionista de la Matriz	Contribución marketing	334.554	334.554	285.519	285.519
		Accionista de la Matriz	Venta de productos	50.746	50.746	-	-
Hoteles Carrera S.A.	93.493.000-2	Controlador común	Servicios pagados	6.430	(6.430)	29.392	(29.392)
		Controlador común	Venta de productos	2.267	2.267	17.176	17.176
Inmobiliaria del Norte Ltda.	83.169.400-9	Controlador común	Servicios pagados	-	-	23.067	(23.067)
Inmobiliaria Norte Verde S.A.	96.847.140-6	Controlador común	Servicios pagados	50.055	(50.055)	-	-
Lanzville	Sociedad extranjera	Inversionista común	Reajustes pagados	-	-	1.961	(1.961)
Luchetti S.A.	91.000.000-4	Inversionista común	Pago acciones Calaf S.A.	500	-	-	-
		Inversionista común	Compra activo	20.445	-	-	-
Paulaner Brauerei Ag.	Sociedad extranjera	Accionista de la Matriz	Licencia y asesoría técnica	16.421	(16.421)	102.498	(102.498)
Quiñenco S.A.	91.705.000-7	Controlador común	Servicios pagados	4.648	(4.648)	-	-
Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650	99.563.470-8	Relación indirecta	Venta de activo prescindible	7.377.477	3.108.950	-	-
Telefónica del Sur Carrier S.A.	96.674.330-1	Controlador común	Servicios pagados	-	-	8.826	(8.826)
Telefónica del Sur S.A.	90.299.000-3	Controlador común	Servicios pagados	6.674	(6.674)	45.630	(45.630)
Telefónica del Sur Servicios Intermedios S.A.	96.908.430-9	Controlador común	Servicios pagados	4.539	(4.539)	-	-
Viña Dassault San Pedro S.A.	96.969.180-9	Coligada	Remesas recibidas	2.080.553	-	-	-
		Coligada	Pago por cuenta de la relacionada	1.529	-	18.361	-
		Coligada	Facturación productos y servicios	58.131	58.131	155.106	155.106
		Coligada	Remesas enviadas	33.298	-	-	-
Sociedad Agrícola y Ganadera Río Negro Ltda.	79.903.790-4	Accionista en coligada	Venta de productos	-	-	9.991	9.991
Sociedad Agrícola y Ganadera Río Negro Ltda.	79.903.790-4	Accionista en coligada	Compra de productos	-	-	346.242	(346.242)
Viña Tabalí S.A.	99.531.920-9	Coligada	Venta de productos	131.053	131.053	-	-
		Coligada	Venta materia prima	734	734	-	-
		Coligada	Compra de productos	28.987	(28.987)	-	-
		Coligada	Remesas recibidas	1.278.835	-	-	-
		Coligada	Remesas enviadas	7.215	-	-	-
		Coligada	Pagos por cuenta de la relacionada	6.903	-	358	-
		Coligada	Facturación arriendos y servicios	63.706	63.706	-	-

NOTA 7 EXISTENCIAS

Los saldos bajo este rubro, se valorizan según el criterio descrito en la nota 2 letra J)

	2004 M\$	2003 M\$
Materias primas	32.445.813	35.871.364
Productos terminados	10.786.916	11.025.795
Materiales e insumos	3.250.544	3.015.561
Productos en proceso explotación agrícola	3.109.248	3.003.153
Vinos en bodegas de terceros	3.097.113	1.973.417
Productos en proceso	1.639.167	1.358.118
Materias primas en tránsito	796.603	888.889
Provisión obsolescencia y otros	(1.309.415)	(716.618)
Total	53.815.989	56.419.679

NOTA 8 IMPUESTOS DIFERIDOS E IMPUESTOS A LA RENTA

a) Impuestos a la renta

Al 31 de diciembre 2004 y 2003, la Compañía Matriz y sus filiales chilenas han provisionado Impuesto a la Renta de Primera Categoría en conformidad con las disposiciones tributarias vigentes, de acuerdo al siguiente detalle:

	2004 M\$	2003 M\$
Compañía Cervecerías Unidas S.A.	1.150.437	2.205.653
Cervecera CCU Chile Limitada	3.335.389	2.513.928
Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	1.483.464	1.816.056
Aguas Minerales Cachantun S.A.	138.597	137.796
Fábrica de Envases Plásticos S.A.	186.292	70.342
Viña San Pedro S.A.	669.919	338.420
Viña Santa Helena S.A.	243.948	-
Total	7.208.046	7.082.195

Asimismo al 31 de diciembre 2004 y 2003, la Compañía Matriz y sus filiales chilenas han constituido provisiones con cargo a resultados correspondiente al Impuesto Unico, determinado de acuerdo al Artículo No.21 de la Ley de la Renta, según el siguiente detalle:

	2004 M\$	2003 M\$
Compañía Cervecerías Unidas S.A.	78.105	24.063
Aguas Minerales Cachantun S.A.	176	267
Viña San Pedro S.A.	17.475	12.165
Viña Santa Helena S.A.	495	-
Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	8.160	6.492
Pisconor S.A.	1.504	1.469
Fábrica de Envases Plásticos S.A.	554	916
Total	106.469	45.372

Por otra parte Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. presenta un abono a resultados por Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta por M\$75.169 (cargo por M\$6.308 en 2003).

A su vez Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (Ex Comercial CCU Santiago S.A.) presenta por el año 2004 un abono a resultados por M\$95, correspondiente a pago provisional por utilidades tributarias absorbidas, (M\$75.087 en 2003).

El monto total por impuesto a la Ganancia Mínima Presunta para las filiales Argentinas; Compañía Industrial Cervecera S.A., Finca La Celia S.A. y Finca Eugenio Bustos S.A., pagado por el ejercicio finalizado al 31 de diciembre 2003 y los ejercicios 2002, 2001, 2000, 1999 y 1998 más lo provisionado en el periodo 2004 y que se incluye en Otros activos a largo plazo corresponde a la porción que las filiales consideran en base a las proyecciones de ventas y resultados hechas por la administración que será recuperado de acuerdo con lo establecido por las disposiciones legales vigentes en Argentina.

El monto de las utilidades tributarias retenidas en la Matriz y filiales chilenas con sus respectivos créditos al 31 de diciembre 2004 y 2003 es el siguiente:

Utilidades Tributarias Retenidas:	2004 M\$	2003 M\$
Compañía Cervecerías Unidas S.A.	8.514.878	-
Cervecera CCU Chile Limitada	-	992.160
Viña San Pedro S.A.	14.218.033	9.156.320
Aguas Minerales Cachantun S.A.	4.920.207	3.559.532
Viña Santa Helena S.A.	2.283.606	1.420.189
Fábrica de Envases Plásticos S.A.	1.143.249	163.778
Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	3.074.762	-
Total	34.154.735	15.291.979
Créditos:		
Viña San Pedro S.A.	1.666.867	1.034.764
Aguas Minerales Cachantun S.A.	752.291	525.615
Viña Santa Helena S.A.	355.711	212.184
Fábrica de Envases Plásticos S.A.	102.909	-
Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	184.966	-
Total	3.062.744	1.772.563

El monto de las pérdidas tributarias acumuladas de las filiales nacionales al 31 de diciembre de 2004 y 2003 es el siguiente:

	2004 M\$	2003 M\$
Transporte CCU Limitada	4.786.357	6.633.577
Inversiones Ecusa S.A. (1)	5.384.726	5.338.609
Vina Urmeneta S.A.	5.504.409	4.947.319
Pisconor S.A.	2.162.443	1.506.033
Comercial e Industrial Calafquen S.A.	994	-
Vending y Servicios CCU Limitada	351.685	258.717
Total	18.190.614	18.684.255

(1) Esta sociedad posee Utilidades Tributarias del tipo Ingreso No Renta por M\$6.437.769 al 31 de diciembre 2004 y M\$6.437.769 al 31 de diciembre 2003.

El monto de las pérdidas tributarias de las filiales en Argentina al 31 de diciembre 2004 y 2003 es el siguiente:

	2004 M\$	2003 M\$
Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y Filiales	8.918.790	15.709.943
Finca La Celia S.A. y Filial	9.066.714	9.483.092
Total	17.985.504	25.193.035

b) Impuestos diferidos

En conformidad con lo establecido por el Boletín Técnico No.60 del Colegio de Contadores de Chile A.G. y la Circular No.1.466 de la Superintendencia de Valores y Seguros de fecha 27 de enero de 2000 la Compañía Matriz y sus filiales han registrado a contar del 1 de enero 2000 en cuentas complementarias los impuestos diferidos al 31 de diciembre 1999 que no se encontraban contabilizados. Estas cuentas complementarias se amortizan en el plazo ponderado de reverso de las diferencias temporales correspondientes, existiendo los siguientes plazos por amortizar:

	Meses	
	Activo Fijo	Pasivo Largo Plazo
Compañía Cervecerías Unidas S.A.	36	36
Viña San Pedro S.A.	48	48
Cervecera CCU Chile Ltda.	-	36

Los saldos al 31 de diciembre 2004 y 2003, por este concepto son los siguientes:

Conceptos	2004				2003			
	Impuesto Diferido Activo		Impuesto Diferido Pasivo		Impuesto Diferido Activo		Impuesto Diferido Pasivo	
	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
DIFERENCIAS TEMPORALES								
Provisión cuentas incobrables	890.197	1.017	-	-	940.694	1.042	-	-
Provisión de vacaciones	415.421	-	-	-	409.010	-	-	-
Amortización intangibles	-	261.804	-	143.028	-	11.516	-	331.128
Activos en leasing	-	-	-	115.694	-	-	-	133.665
Gastos de fabricación	-	-	407.365	-	-	-	436.178	-
Depreciación activo fijo	-	-	-	18.168.891	-	-	-	20.671.564
Indemnización años de servicio	-	-	-	385.619	-	-	-	398.174
Otros eventos	654.752	202.246	-	11.530	359.634	404.941	-	-
Ajuste garantías de envases	-	-	-	2.408.312	-	-	-	2.132.260
Derechos de aduana diferidos	-	964	-	-	-	4.318	-	-
Diferencia valor financiero tributario por existencias	236.187	-	-	-	288.481	-	-	-
Gastos activados de publicidad	289.261	-	24.615	13.159	2.852	-	8.843	9.378
Gastos de software activados	-	-	-	596.846	-	-	-	825.218
Gastos diferidos crédito sindicado	-	-	43.564	321.713	-	-	-	-
Gastos operacionales explotación agrícola	-	-	1.056.629	-	-	-	1.141.546	-
Otras provisiones	356.358	874.841	112	-	125.837	563.767	-	-
Pérdidas tributarias acumuladas	1.196.122	8.278.683	-	-	598.609	11.429.210	-	-
Provisión activo fijo prescindible	-	1.083.240	-	-	-	1.082.827	-	-
Provisión contrato seguro cambio	231.368	797.887	442	-	5.578	1.765.616	-	-
Provisión cotización bursátil	-	455	92	-	-	753	972	-
Provisión obsolescencia activo fijo	65.715	166.617	-	-	45.415	273.189	-	-
Provisión juicios laborales	-	24.029	-	-	-	178.613	-	-
Provisión utilidad no realizada	-	207.955	-	-	-	359.107	-	-
Provisión aguinaldos	17.760	-	-	-	17.246	-	-	-
Otras diferencias valor financiero tributario activo	7.445	25.752	-	-	-	19.684	-	-
Gastos diferidos colocación bonos	-	-	53.278	238.445	-	-	-	-
Utilidad diferida en venta activo fijo	-	363.359	-	-	-	-	-	-
Activación activos fijos	-	374.221	-	50.047	-	-	-	60.071
Provisión existencias obsoletas	150.474	-	-	-	84.747	-	-	-
Otros:								
Cuentas complementarias - neto de amortización	-	(9.035)	-	(1.064.674)	-	(96.342)	-	(1.464.821)
Provisión de valuación	(58.732)	(4.203.494)	-	-	(1.041.023)	(7.955.972)	-	-
Totales	4.452.328	8.450.541	1.586.097	21.388.610	1.837.080	8.042.269	1.587.539	23.096.637

c) Efectos en resultados

El efecto en el resultado del ejercicio que ha significado el reconocimiento de impuestos diferidos e impuestos a la renta, es el siguiente:

Item	2004 M\$	2003 M\$
Gasto tributario corriente (provisión impuesto)	(7.239.251)	(7.058.788)
Ajuste gasto tributario (ejercicio anterior)	(571.474)	(254.948)
Efecto por activos o pasivos por impuestos diferidos del ejercicio	14.200	1.122.377
Beneficio tributario por pérdidas tributarias	2.211.595	1.467.645
Efecto por amortización de cuentas complementarias de activos y pasivos diferidos	(312.840)	(290.367)
Otros cargos a la cuenta	(844)	(87.371)
Totales	(5.898.614)	(5.101.452)

d) Presentación:

La provisión impuesto a la renta se presenta bajo el rubro Impuestos por recuperar o el rubro Impuestos a la renta de acuerdo al siguiente resumen:

	2004 M\$	2003 M\$
Impuesto de Primera Categoría	7.132.782	7.013.416
Impuesto Unico Artículo No.21	106.469	45.372
Subtotal	7.239.251	7.058.788
Pagos Provisionales Mensuales	(6.838.341)	(4.687.210)
Otros créditos	(967.460)	(725.258)
Impuesto Ganancia Mínima Presunta Filiales Argentina	513.132	156.055
Total Impuestos (Impuesto por recuperar) / a la renta	(53.418)	1.802.375

Al 31 de diciembre 2004 y 2003 se presenta en el rubro de Impuestos por recuperar el siguiente detalle:

	2004 M\$	2003 M\$
Impuestos por recuperar Operación Renta	1.526.813	1.680.265
IVA remanente	75.651	-
IVA Crédito exportadores	95.272	474.382
Créditos impuestos Argentina	979.135	650.611
Impuesto por recuperar Utilidades absorbidas	31.530	65.149
Total	2.708.401	2.870.407

NOTA 9 OTROS ACTIVOS CIRCULANTES

Bajo este rubro se presentan los siguientes saldos:

	2004 M\$	2003 M\$
Pactos con compromiso de retroventa	9.307.573	14.481.445
Materiales por consumir	495.981	386.933
Gastos diferidos crédito sindicado	495.518	166.928
Activos fijos prescindibles	184.689	285.683
Gastos diferidos bonos	74.147	-
Intereses diferidos bonos	45.024	61.475
Provisión activos fijos prescindibles	(386.560)	(267.148)
Otros	107.075	147.749
Total	10.323.447	15.263.065

NOTA 10 INFORMACION SOBRE OPERACIONES DE COMPROMISOS DE COMPRA, COMPROMISOS DE VENTA, VENTA CON COMPROMISO DE RETROCOMPRA Y COMPRA CON COMPROMISO DE RETROVENTA DE TITULOS O VALORES MOBILIARIOS.

Las operaciones de venta con compromiso de retrocompra y de compra con compromiso de retroventa al 31 de diciembre 2004 corresponden a los siguientes:

Fechas		Contraparte	Moneda de origen	Valor suscripción M\$	Tasa %	Valor final M\$	Identificación de Instrumentos	Valor de Mercado M\$
Inicio	Término							
27-12-04	12-01-05	Banchile Corredores de Bolsa	Pesos	1.820.056	0,26	1.822.580	LHF	1.821.390
27-12-04	12-01-05	Banchile Corredores de Bolsa	Pesos	1.405.474	0,26	1.407.423	PRC	1.406.504
27-12-04	12-01-05	BBVA Corredores de Bolsa	Pesos	1.292.169	0,25	1.293.891	PAGARE NR	1.293.098
14-12-04	10-01-05	Banco Bice	Pesos	1.110.194	0,23	1.112.493	PCDUF	1.113.467
10-12-04	03-01-05	HSBC Bank Chile	Pesos	997.763	0,20	999.360	BCU	1.001.187
13-12-04	03-01-05	HSBC Bank Chile	Pesos	754.057	0,22	755.219	BCU	756.365
13-12-04	03-01-05	HSBC Bank Chile	Pesos	339.326	0,22	339.848	BCU	340.364
27-12-04	12-01-05	Banchile Corredores de Bolsa	Pesos	277.737	0,26	278.123	DPF	277.941
09-12-04	03-01-05	Banco Bice	Pesos	270.735	0,24	271.276	PRD	271.787
10-12-04	03-01-05	HSBC Bank Chile	Pesos	71.237	0,20	71.350	CERO	71.481
14-12-04	10-01-05	Banco Bice	Pesos	70.713	0,23	70.859	PRC	70.921
14-12-04	10-01-05	Banco Bice	Pesos	19.093	0,23	19.132	PCDUF	19.149
27-12-04	12-01-05	BBVA Corredores de Bolsa	Pesos	11.811	0,25	11.827	LHF	11.820
09-12-04	03-01-05	Banco Bice	Pesos	8.994	0,24	9.012	PCDUF	9.029
13-12-04	03-01-05	HSBC Bank Chile	Pesos	6.617	0,22	6.627	CERO	6.637
09-12-04	03-01-05	Banco Bice	Pesos	271	0,24	271	PRC	272
30-12-04	07-01-05	Banco Santander (1)	Dólar	543.404	0,26	552.564	BCP0801206	541.086
30-12-04	07-01-05	Banco Santander	Dólar	16.426	0,26	16.703	PCDG011061	16.355
30-12-04	10-01-05	Banco Santander (1)	Dólar	279.915	0,26	284.633	BCP0801206	278.720

(1) (VRC) Venta con compromiso de retrocompra

NOTA 11 ACTIVOS FIJOS

Los bienes incluidos bajo este rubro corresponden principalmente a bienes en los que operan las plantas productivas y a envases utilizados en la distribución y comercialización de sus productos.

Bajo Otros activos fijos en leasing se registra un contrato de arriendo con opción de compra de una maquinaria y equipos, celebrada con Tetra Pack de Chile Comercial Limitada, a un plazo de 60 meses y con la opción de compra que podrá ejercerse durante este plazo, siendo su precio el equivalente al saldo insoluto a esa fecha.

ACTIVO FIJO	2004			2003		
	Activo Fijo	Depreciación	Activo Fijo	Activo Fijo	Depreciación	Activo Fijo
	Bruto	Acumulada	Neto	Bruto	Acumulada	Neto
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Terrenos	19.292.025	-	19.292.025	19.798.871	-	19.798.871
Construcciones y obras de infraestructura	91.144.429	28.073.570	63.070.859	91.011.502	25.476.030	65.535.472
Maquinarias y equipos	260.164.612	129.550.092	130.614.520	259.805.897	116.172.954	143.632.943
Subtotal	370.601.066	157.623.662	212.977.404	370.616.270	141.648.984	228.967.286
Otros Activos Fijos						
Envases (neto)	108.807.647	77.267.578	31.540.069	101.991.118	69.747.184	32.243.934
Obras y proyectos en ejecución	9.274.511	-	9.274.511	7.925.345	-	7.925.345
Equipo de oficina	9.008.686	7.567.813	1.440.873	8.356.460	6.043.608	2.312.852
Activos promocionales	27.148.167	22.473.090	4.675.077	26.749.008	21.212.911	5.536.097
Enseres	3.527.642	2.334.025	1.193.617	3.239.009	2.023.459	1.215.550
Máquinas expendedoras automáticas	34.798.879	25.016.942	9.781.937	32.390.557	21.570.503	10.820.054
Otras vasijas fudres de madera	13.323.537	5.741.654	7.581.883	11.620.623	4.519.387	7.101.236
Importaciones en tránsito	921.742	-	921.742	1.209.389	-	1.209.389
Otros activos en leasing	938.139	207.171	730.968	938.139	160.266	777.873
Máquina de oficina	255.517	222.560	32.957	513.291	293.333	219.958
Software adquiridos	9.347.410	5.944.840	3.402.570	9.085.015	4.346.928	4.738.087
Muebles de oficina	4.803.251	3.433.578	1.369.673	5.135.369	3.499.291	1.636.078
Herramientas	448.602	323.873	124.729	484.645	253.864	230.781
Repuestos (neto)	8.457.341	-	8.457.341	8.562.615	-	8.562.615
Otros activos fijos - animales de trabajo	1.550	1.513	37	2.522	2.522	-
Equipos de frío en tránsito	32.926	-	32.926	25.649	-	25.649
Otros activos fijos - Otros (obras de arte y cedidos trabajadores)	185.966	-	185.966	165.755	-	165.755
Subtotal	231.281.513	150.534.637	80.746.876	218.394.509	133.673.256	84.721.253
Retasación técnica activos fijos						
Mayor valor retasación técnica terreno	6.048.592	-	6.048.592	6.225.683	-	6.225.683
Mayor valor retasación técnica vasijas y fudres	1.735.068	1.084.163	650.905	2.088.124	1.240.984	847.140
Mayor valor retasación técnica maquinas y equipos	(1.520.829)	(912.498)	(608.331)	(1.660.648)	(885.679)	(774.969)
Mayor valor retasación técnica otros activos fijos	354.695	319.225	35.470	387.304	309.843	77.461
Mayor valor retasación técnica construcciones	1.474.305	144.652	1.329.653	1.632.038	142.963	1.489.075
Mayor valor retasación técnica construcciones- plantaciones	549.080	471.784	77.296	549.080	452.360	96.720
Subtotal mayor valor por retasación técnica del activo fijo	8.640.911	1.107.326	7.533.585	9.221.581	1.260.471	7.961.110
TOTAL ACTIVO FIJO	610.523.490	309.265.625	301.257.865	598.232.360	276.582.711	321.649.649
Depreciación del ejercicio :		M\$			M\$	
Costo de Explotación		(28.087.297)			(28.989.562)	
Gastos de Administración y Venta		(11.361.084)			(12.175.540)	
TOTAL DEPRECIACION DEL EJERCICIO RESULTADO DE EXPLOTACION		(39.448.381)			(41.165.102)	

NOTA 12 INVERSIONES EN EMPRESAS RELACIONADAS

En relación a las inversiones en empresas relacionadas, cabe mencionar lo siguiente:

Southern Breweries Establishment (S.B.E.)

Con fecha 30 de marzo de 2003, Southern Breweries Establishment vendió la totalidad de su participación accionaria en la sociedad cervecera croata Karlovacka Pivovara d.d., reconociendo una utilidad de M\$20.221.136 (histórico). Durante los meses de abril y mayo 2003, S.B.E. reflejó gastos asociados a esta operación por el equivalente a M\$103.216 (histórico).

Durante el ejercicio 2003, reconoció en sus resultados un cargo equivalente a M\$143.758 (histórico), por cambios en el resultado provisorio de Karlovacka Pivovara d.d. informado a Southern Breweries Establishment a diciembre de 2002. De acuerdo a lo señalado en nota 2d) Southern Breweries Establishment pasó a ser filial y a consolidar sus estados financieros en Compañía Cervecerías Unidas S.A..

Cervecería Austral S.A.

Durante el ejercicio 2003, Compañía Cervecerías Unidas S.A reconoció el resultado devengado por su participación en Cervecería Austral S.A., incluyendo una pérdida de M\$17.949 (histórico) por el mes de diciembre 2002, que no fue reconocida durante el año 2002. Al 31 de diciembre 2004 Cervecería Austral S.A. mantiene un 99% de participación en la filial Comercial Patagona Limitada.

Compañía Cervecera Kunstmann S.A.

Durante el ejercicio 2004, Compañía Cervecerías Unidas S.A reconoció el resultado devengado por su participación en Compañía Cervecera Kunstmann S.A., incluyendo una utilidad correspondiente al mes de diciembre 2003, que no fue reconocida durante el año 2003. El resultado devengado para dicho mes fue de M\$8.086 (histórico) (M\$13.392, histórico en 2003.)

Viña Dassault San Pedro S.A.

Con fecha 7 de Mayo de 2003, se oficializó el cambio de nombre y razón social de Viña Totihue S.A. por el de Viña Dassault San Pedro S.A.

Al 31 de diciembre 2004 esta empresa se encuentra en etapa pre-operativa.

Viña Tabalí S.A.

Con fecha 14 de agosto de 2003, la filial Viña San Pedro S.A. y Sociedad Agrícola Río Negro Limitada, constituyeron Viña Tabalí S.A., sociedad anónima cerrada con un capital de M\$3.271.308 (histórico) dividido en 44.640 acciones.

El capital quedó íntegramente suscrito y pagado. Viña San Pedro S.A., suscribió 22.320 acciones, equivalentes a M\$1.635.654 (histórico), pagadas al contado. Sociedad Agrícola Río Negro Limitada, suscribió 22.320 acciones, mediante el aporte en dominio de un predio (Tabalí); derechos de aprovechamiento de aguas correspondientes al Embalse Cogotí y registros de marcas chilenas, todo lo anterior avaluado en M\$1.635.654 (histórico).

Al 31 de diciembre 2004 Viña Tabalí S.A. se encuentra en etapa pre-operativa.

Calaf S.A.

El 15 de diciembre 2003, Empresas Lucchetti S.A. y Lucchetti Chile S.A. constituyeron Calaf S.A., con un capital social de M\$1.000 dividido en 1.000 acciones, íntegramente suscrito y pagado. Con fecha 23 de diciembre 2003, dicha empresa aumentó su capital social a M\$9.651.000, dividido en 9.651.000 acciones, de las cuales la filial Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA) suscribió 4.825.000 acciones por un valor total de M\$4.825.000, que se obligó a pagar en un plazo de 180 días a partir de esa fecha. Con fecha 9 de enero de 2004, ECUSA compró a Lucchetti Chile S.A. 500 acciones en Calaf S.A. correspondientes al 50% del capital original por un valor total de M\$500. Como consecuencia de lo anterior, ECUSA pasó a ser accionista de Calaf S.A. con una participación de un 50% en el capital de dicha sociedad, siendo el otro accionista Empresas Lucchetti S.A. con igual participación. Durante el año 2004 ambos socios han ido pagando en igual proporción las acciones suscritas de acuerdo a las necesidades de Capital, siendo el Capital suscrito y pagado de Calaf S.A. al 31 de diciembre 2004 de M\$8.387.773.

Durante el ejercicio 2004 esta coligada adquirió los activos y pasivos correspondientes al negocio de confitería de la empresa de origen, incluyendo intangibles por marcas y plusvalía del negocio en marcha. En general, se estima que dichos activos y pasivos fueron adquiridos a valores justos.

a) Inversiones en empresas relacionadas

A continuación se incluye el detalle de inversiones en empresas relacionadas mantenidas por la Compañía y sus filiales al 31 de diciembre 2004 y 2003.

Rut	Sociedad	País de origen	Moneda de control de la inversión	Número de acciones	Porcentaje de participación		Patrimonio sociedades		Resultado del Ejercicio		Resultado Devengado		VP / VPP		Resultados no Realizados		Valor contable de la Inversión	
					2004 %	2003 %	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$
99.542.980-2	Calaf S.A.	Chile	Pesos	4.826.000	50	-	8.450.795	-	63.022	-	31.511	-	4.225.398	-	-	-	4.225.398	-
96.969.180-9	Viña Dassault San Pedro S.A.	Chile	Pesos	35.000	50	50	3.259.469	4.157.890	-	-	-	-	1.629.735	2.078.945	408.980	421.660	1.220.755	1.657.285
96.919.980-7	Cervecería Austral S.A.	Chile	Pesos	955.000	50	50	3.393.898	3.376.280	17.617	(331.626)	8.808	(165.813)	1.696.949	1.688.140	-	-	1.696.949	1.688.140
99.531.920-9	Viña Tabali S.A.	Chile	Pesos	22.320	50	50	3.020.971	3.325.067	-	-	-	-	1.510.486	1.662.534	-	-	1.510.486	1.662.534
96.981.310-6	Compañía Cervecería Kunstmann S.A.	Chile	Pesos	68.329	50	50	1.683.786	1.284.108	383.101	79.743	191.551	39.872	841.893	642.054	-	-	841.893	642.054
Sociedad extranjera	Southern Breweries Establishment	Principado de Lichtenstein	Pesos	-	-	-	-	-	-	-	-	20.616.876	-	-	-	-	-	-
TOTALES													9.904.461	6.071.673	408.980	421.660	9.495.481	5.650.013

b) Aplicación Boletín Técnico No.64

Información sobre los efectos de cambio de las inversiones en el exterior:

	2004 M\$	2003 M\$
i) Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. (Filial de Compañía Cervecerías Unidas S.A.)		
Participación de Compañía Cervecerías Unidas S.A. en Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	56.756.946	61.335.267
Mayor valor inversión en Compañía Industrial Cervecera S.A.	(349.805)	(412.744)
Menor valor inversión en Compañía Industrial Cervecera S.A.	9.651.135	11.538.093
Mayor valor inversión en Cervecería Austral S.A.	(97.645)	(114.259)
Menor valor inversión en Cervecería Austral S.A.	51.936	60.772
Utilidad (Pérdida) devengada en Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	747.299	(3.821.363)
ii) Pasivo contraído por Compañía Cervecerías Unidas S.A. y específicamente designado y contabilizado como instrumento de cobertura de inversión en Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. (US\$22.500.000) para el 2003.	-	13.694.512
iii) Pasivo contraído por Compañía Cervecerías Unidas S.A. (US\$886.800)	-	539.746
iv) Detalle de la cuenta de Reserva ajuste acumulado por diferencia de conversión en filiales		
Participación de Compañía Cervecerías Unidas S.A. en el abono por ajuste inversión en CCU Argentina S.A. a tipo de cambio de cierre.	9.156.064	14.423.570
Cargo por ajuste de pasivos designados a la inversión en CCU Argentina S.A. a tipo de cambio de cierre.	(12.757.235)	(12.863.540)
Subtotal (débito) crédito	(3.601.171)	1.560.030
Participación de Compañía Cervecerías Unidas S.A. en el (cargo) por ajuste inversión en Viña San Pedro S.A. a tipo de cambio cierre, proveniente de su inversión en Finca la Celia S.A.	(2.577.624)	(1.628.378)
Subtotal (débito)	(2.577.624)	(1.628.378)
Saldo neto total de Reserva ajuste acumulado por diferencia de conversión	(6.178.795)	(68.348)

En relación con la Inversión en Finca La Celia, Viña San Pedro S.A. y sus filiales no han declarado pasivos en dólares Hedge contra la inversión que éstas mantienen en Argentina, de acuerdo con la opción que permite el Boletín Técnico No.64 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

En noviembre de 2004, se liquidó el Crédito Sindicado que había sido declarado parcialmente instrumento de calce de la inversión en Argentina de acuerdo al Boletín Técnico No.64 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

La disminución de la reserva del ajuste acumulado por diferencia de conversión se explica por la variación del tipo de cambio que se produce entre el período 2003 y el período 2004, la cual afecta la valorización de las inversiones que mantiene la Compañía en Argentina.

Adicionalmente en el año 2003 se realizó la venta de la inversión que Southern Breweries Establishment mantenía en Karlovacka Pivovara d.d., lo que generó una disminución de dicha reserva.

NOTA 13 MENOR Y MAYOR VALOR DE INVERSIONES

A continuación se detalla la composición de los rubros menor y mayor valor de inversiones:

a) Menor Valor

Al 31 de diciembre de cada año el detalle de este valor es el siguiente:

Rut	Sociedad	2004		2003	
		Monto Amortizado en el Ejercicio M\$	Saldo Menor Valor M\$	Monto Amortizado en el Ejercicio M\$	Saldo Menor Valor M\$
Sociedad extranjera	Compañía Industrial Cervecera S.A.	1.026.156	10.817.596	1.120.497	12.932.617
96.524.410-7	Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	562.654	8.346.027	562.655	8.908.681
91.041.000-8	Viña San Pedro S.A.	394.638	4.302.102	394.637	4.696.740
96.919.980-7	Cervecería Austral S.A.	123.130	2.074.481	123.471	2.206.219
Sociedad extranjera	South Investment Limited	62.492	869.683	62.492	932.175
Sociedad extranjera	Southern Breweries Establishment	8.904	88.216	9.114	97.241
91.022.000-4	Aguas Minerales Cachantun S.A.	51	715	51	766
Total		2.178.025	26.498.820	2.272.917	29.774.439

b) Mayor Valor

Al 31 de diciembre de cada año el detalle de este valor es el siguiente:

Rut	Sociedad	2004		2003	
		Monto Amortizado en el Ejercicio M\$	Saldo Mayor Valor M\$	Monto Amortizado en el Ejercicio M\$	Saldo Mayor Valor M\$
Sociedad extranjera	Compañía Industrial Cervecera S.A.	31.594	392.083	34.499	462.629
96.919.980-7	Cervecería Austral S.A.	6.968	110.319	7.609	128.069
Sociedad extranjera	CCU Cayman Limited	-	-	13	-
Total		38.562	502.402	42.121	590.698

NOTA 14 INTANGIBLES

Bajo este rubro se han clasificado los siguientes conceptos:

	2004			
	Valor Inicial M\$	Amortización del Ejercicio M\$	Amortización Acumulada M\$	Valor Neto M\$
Marca Cerveza Córdoba	3.221.300	(161.065)	(1.023.390)	2.197.910
Marcas comerciales vinos	6.986.365	(223.353)	(1.392.666)	5.593.699
Patentes, licencias y otras marcas	179.930	(16.662)	(141.790)	38.140
Total	10.387.595	(401.080)	(2.557.846)	7.829.749

	2003			
	Valor Inicial M\$	Amortización del Ejercicio M\$	Amortización Acumulada M\$	Valor Neto M\$
Marca Cerveza Córdoba	3.517.452	(175.873)	(941.603)	2.575.849
Marcas comerciales vinos	3.980.308	(208.122)	(1.170.982)	2.809.326
Patentes, licencias y otras marcas	186.069	(17.276)	(129.432)	56.637
Total	7.683.829	(401.271)	(2.242.017)	5.441.812

NOTA 15 OTROS (DE OTROS ACTIVOS)

Bajo otros activos se han clasificado :

	2004 M\$	2003 M\$
Activo fijo prescindible (neto) (a)	17.046.614	20.101.936
Impuesto a la ganancia mínima presunta neto (Argentina)	1.642.505	1.259.263
Auspicios y publicidad por consumir	1.225.982	1.125.193
Gasto diferido crédito sindicado	1.892.428	597.124
Gasto diferido emisión bonos	1.402.618	-
Intereses diferidos bonos	851.710	473.404
IVA crédito exportación (Argentina)	268.441	785.845
Otros	45.767	63.089
Total	24.376.065	24.405.854

a) El detalle del activo fijo prescindible se presenta a continuación (neto de provisión):

	2004 M\$	2003 M\$
Terrenos (Nota 24)	6.749.307	8.956.968
Construcciones	10.293.969	10.355.199
Maquinarias y Equipos	6.472.540	7.175.577
Total activo Fijo Bruto	23.515.816	26.487.744
Menos		
Provisión valor de mercado	(6.469.202)	(6.385.808)
Total Activo Prescindible (neto)	17.046.614	20.101.936

NOTA 16 OBLIGACIONES CON BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO

Las obligaciones con bancos e instituciones financieras al 31 de diciembre 2004 y 2003 corresponden a los siguientes:

Rut	Banco o Institución Financiera	Tipos de Monedas e Índice de Reajuste								Totales	
		Dólares		Euros		Otras Monedas Extranjeras		Unidades de Fomento			
		2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$
	Corto Plazo										
97.030.000-7	Banco Estado de Chile	14.191.415	3.111.777	-	-	-	-	-	-	14.191.415	3.111.777
97.032.000-8	Banco BBVA	8.908.056	17.849.261	-	-	-	-	-	-	8.908.056	17.849.261
97.008.000-7	Citibank N.A.	4.305.843	-	-	-	-	-	-	-	4.305.843	-
Sociedad extranjera	Bankboston N.A.	-	983.900	-	-	-	-	-	-	-	983.900
97.004.000-5	Banco de Chile	-	6.911.143	-	-	-	-	-	-	-	6.911.143
97.018.000-1	Scotiabank Sudamericano	4.478.226	5.787.567	-	-	-	-	-	-	4.478.226	5.787.567
97.951.000-4	Banco HSB	-	1.826.081	-	-	-	-	-	-	-	1.826.081
Sociedad extranjera	Banco ITAU	-	-	-	-	-	206.591	-	-	-	206.591
	Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		31.883.540	36.469.729	-	-	-	206.591	-	-	31.883.540	36.676.320
	Monto capital adeudado	31.632.450	36.228.777	-	-	-	206.591	-	-	31.632.450	36.435.368
	Tasa interés promedio anual %	2,63	2,44				4,75				
	Largo Plazo - Corto Plazo										
97.004.000-5	Banco de Chile	4.520.987	-	-	-	-	-	-	-	4.520.987	-
97.015.000-5	Banco Santander Santiago	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
59.004.250-1	Banco Sudameris	-	-	-	231.836	-	-	-	-	-	231.836
Sociedad extranjera	Deutsche Bank	-	245.405	-	-	-	-	-	-	-	245.405
97.030.000-7	Banco Estado	1.695.193	-	-	-	-	-	883.317	896.000	2.578.510	896.000
Sociedad extranjera	JP Morgan Chase	202.894	-	-	-	-	-	-	-	202.894	-
97.032.000-8	Banco BBVA	843.584	-	-	-	-	-	-	-	843.584	-
	Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		7.262.658	245.405	-	231.836	-	-	883.317	896.000	8.145.975	1.373.241
	Monto Capital Adeudado	6.967.500	-	-	229.175	-	-	871.551	872.857	7.839.051	1.102.032
	Tasa interés promedio anual %	2,69	Libor + 0,75		3,40			1,66	2,46		

Porcentaje obligaciones en moneda extranjera	97,79%
Porcentaje obligaciones en moneda nacional	2,21%

NOTA 17 OBLIGACIONES CON BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO

Con fecha 4 de noviembre 2004 se suscribió un crédito sindicado por US\$100 millones, con el banco JP Morgan Chase a una tasa libor más 0,3% durante los primeros tres años y 0,325% para los dos últimos años, con vencimiento el 9 de noviembre 2009. El día 9 del mismo mes se prepagó el crédito sindicado por US\$135 millones obtenido con el Deutsche Bank durante el año 2003. Estas operaciones se efectuaron para aprovechar las condiciones de financiamiento corrientes y no generaron efectos significativos en resultado.

Los saldos al 31 de diciembre 2004 y 2003 corresponden a los siguientes:

Rut	Banco o Institución Financiera	Moneda Índice de Reajuste	Años de Vencimiento			2004		2003
			Más de 1 hasta 2 M\$	Más de 2 hasta 3 M\$	Más de 3 hasta 5 M\$	Total Largo Plazo M\$	Tasa de Interés Anual Promedio %	Total Largo Plazo M\$
Sociedad extranjera	Deutsche Bank	Dólares	-	-	-	-	-	82.167.075
97.030.000-7	Banco Estado	Dólares	3.387.383	-	-	3.387.383	2,82	-
		UF	871.551	871.551	-	1.743.102	1,67	2.618.572
Sociedad extranjera	JP Morgan Chase	Dólares			55.740.000	55.740.000	LIBOR +0,3	
Total			4.258.934	871.551	55.740.000	60.870.485		84.785.647

Porcentaje obligaciones en moneda extranjera	97,1%
Porcentaje obligaciones en moneda nacional	2,9%

NOTA 18 OBLIGACIONES CON EL PUBLICO

Al 31 de diciembre 2004 se presentan bonos Serie E, los cuales fueron inscritos en el Registro de Valores con fecha 18 de octubre 2004 por un monto de UF 2.000.000, los cuales fueron colocados con fecha 1 de diciembre 2004.

La emisión de la serie E fue colocada con un descuento ascendente a M\$897.857 (histórico) que se ha diferido para amortizarlo en el plazo de la obligación. Al 31 de diciembre 2004, se presentan M\$45.024 en Otros activos circulantes y M\$851.710 en Otros activos - Otros.

Con respecto a los bonos Serie C y D que vencían en el año 2015 y 2006 respectivamente, y que estaban vigentes al 31 de diciembre 2003, fueron prepagados en su totalidad con fecha 30 de septiembre 2004, dicha operación no produjo efectos significativos en resultado.

Número de Inscripción o Identificación del Instrumento	Serie	Monto Nominal Colocado Vigente	Unidad de Reajuste Del Bono	Tasa de Interés %	Plazo Final	Periodicidad		Valor Par		Colocación en Chile o en el Extranjero
						Pago de Intereses	Pago de Amortizaciones	2004 M\$	2003 M\$	
Bonos largo plazo - porción corto plazo										
181 08/11/94	C	-	UF	6,0	30/09/2015	SEMESTRAL	SEMESTRAL	-	648.742	NACIONAL
181 08/11/94	D	-	UF	6,0	30/09/2006	SEMESTRAL	SEMESTRAL	-	1.057.031	NACIONAL
388 18/10/04	E	100.000	UF	4,0	01/12/2024	SEMESTRAL	SEMESTRAL	1.848.532	-	NACIONAL
Total - porción corto plazo								1.848.532	1.705.773	
Bonos largo plazo										
181 08/11/94	C	-	UF	6,0	30/09/2015	SEMESTRAL	SEMESTRAL	-	16.909.425	NACIONAL
181 08/11/94	D	-	UF	6,0	30/09/2006	SEMESTRAL	SEMESTRAL	-	2.023.349	NACIONAL
388 18/10/04	E	1.900.000	UF	4,0	01/12/2024	SEMESTRAL	SEMESTRAL	32.902.395	-	NACIONAL
Total largo plazo								32.902.395	18.932.774	

NOTA 19 PROVISIONES Y CASTIGOS

a) Al 31 de diciembre de cada ejercicio bajo este rubro se han incluido las siguientes provisiones:

Corto plazo	2004 M\$	2003 M\$
Gastos de marketing	5.514.856	3.790.777
Facturas por recibir	2.478.113	2.211.804
Vacaciones del personal	2.926.862	2.970.476
Contratos a futuros por seguro de cambio	1.360.989	32.809
Participación del Directorio	1.277.376	1.510.555
Gratificación del personal	1.048.391	595.506
Bono cumplimiento de metas	972.025	586.690
Comisiones de venta	695.142	685.089
Indemnización por años de servicios	331.865	284.675
Suministros	196.603	194.645
Aguinaldos del personal	104.480	101.529
Descuento clientes	45.697	167.444
Otros beneficios al personal	25.325	33.644
Honorarios	24.727	59.366
Asesorías y licencias	8.557	41.904
Otras provisiones	732.010	1.731.462
Total	17.743.018	14.998.375

Largo plazo	M\$	M\$
Indemnización por años de servicios	1.148.875	1.140.431
Juicios laborales	67.014	61.569
Provisión resultados no realizados contratos derivados	8.771	763.707
Otras provisiones	806.174	494.838
Total	2.030.834	2.460.545

Además existen las siguientes provisiones de cuentas de activos que se presentan deducidas de sus correspondientes rubros:

Cuenta contable	2004 M\$	2003 M\$
- Ajuste a valor de mercado de activo fijo prescindible, deducido de otros - otros activos	6.469.202	6.385.808
- Deudas incobrables comerciales, deducida de deudores por ventas, Documentos por cobrar y deudores varios - activos circulantes	6.129.718	6.466.289
- Envases en desuso, quebrazón no reportada y desgaste de bandejas y horquillas deducidas del rubro otros activos fijos - activo fijo	2.122.555	2.224.475
- Diferencias de inventario y obsolescencia de repuestos, maquinarias, instalaciones y otros activos fijos deducidas de activo fijo	1.696.985	2.038.938
- Materias primas con rotación superior a un año, deducida de materias primas, materiales - existencias	1.309.415	716.618
- Provisión variación bursátil - deducida de valores negociables e inversiones en otras sociedades	560.077	613.073
- Provisión activo fijo prescindible - deducido de otros activos circulantes	386.560	267.148
- Provisión por depreciación de obras en curso - deducida de activo fijo - otros	370.234	134.749
- Deudas incobrables comerciales - deducidas de deudores varios a largo plazo - otros activos	5.980	6.129
- Deudas incobrables comerciales - deducidas de documentos y cuentas por cobrar a empresas relacionadas largo plazo - activo largo plazo	-	192.178
- Provisión impuesto a la ganancia mínima presunta - deducida del rubro otros activos - otros	-	83.091
- Provisión por depreciación de obras en curso deducida de activo fijo - otros	370.234	134.749

- b) Los castigos y provisiones efectuados con cargo a los resultados de cada ejercicio, son los siguientes:

	2004 M\$	2003 M\$
Envases, existencias, cuentas por cobrar y activo fijo	3.868.159	4.020.913

NOTA 20 INDEMNIZACIONES AL PERSONAL POR AÑOS DE SERVICIO

A continuación se detalla el movimiento de la cuenta Indemnización por años de servicios en cada ejercicio. El movimiento que se informa, corresponde a la diferencia neta entre los abonos a la provisión por concepto de incremento en el número de años y/o remuneración afectos a este beneficio y los cargos a la misma por concepto de desvinculación del personal:

	2004 M\$	2003 M\$
Provisión corto plazo		
Saldo inicial	277.732	238.326
Movimiento del ejercicio	54.133	46.349
Saldo	331.865	284.675
Provisión largo plazo		
Saldo Inicial	1.112.616	1.173.409
Movimiento del ejercicio	36.259	(32.978)
Saldo	1.148.875	1.140.431

El cargo a resultados en el ejercicio 2004 ascendió a M\$1.589.169 (M\$1.002.260 en 2003).

NOTA 21 OTROS PASIVOS A LARGO PLAZO

Al 31 de diciembre 2004 y 2003, bajo este rubro se han clasificado los siguientes conceptos:

Rubro	Moneda o Índice de Reajuste	Años al vencimiento		2004 M\$	2003 M\$
		Más de 4 hasta 5 M\$	Más de 5 M\$		
Garantías y reemplazo de envases	\$	-	12.119.564	12.119.564	11.374.314
Contrato swap (1)	US\$	5.313.150	-	5.313.150	9.369.660
Total		5.313.150	12.119.564	17.432.714	20.743.974

- (1) Al 31 de diciembre 2004 la sociedad matriz mantiene contratos swap por US\$100.000.000 (US\$96.110.000 en 2003) para cubrir el 100% de las fluctuaciones de moneda y tasa de interés del crédito sindicado obtenido el 9 de noviembre de 2004. Estos tienen vencimiento en noviembre 2009.

NOTA 22 INTERES MINORITARIO

Se detalla a continuación el pasivo y el resultado devengado que le corresponde a los accionistas minoritarios en cada sociedad filial:

	2004 M\$	2003 M\$
Proporción del Patrimonio:		
Viña San Pedro S.A.	31.434.582	31.416.380
Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	6.866.817	7.413.141
Compañía Industrial Cervecera S.A.	263.659	278.095
Ecusa S.A. (Ex Comercial CCU Santiago S.A.)	111.873	98.715
Andina de Desarrollo S.A.	14.767	16.134
Aguas Minerales Cachantun S.A.	8.634	7.522
Viña Santa Helena S.A.	2.876	2.747
Total	38.703.208	39.232.734

	2004 M\$	2003 M\$
Proporción del Resultado:		
Viña San Pedro S.A.	1.168.611	1.093.147
Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	90.321	(635.391)
Compañía Industrial Cervecera S.A.	8.978	(23.653)
Ecusa S.A. (Ex Comercial CCU Santiago S.A.)	5.405	13.389
Aguas Minerales Cachantun S.A.	1.234	1.421
Viña Santa Helena S.A.	635	1.682
Andina de Desarrollo S.A.	(8)	(114)
Total	1.275.176	450.481

NOTA 23 CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

Las cuentas de patrimonio han registrado el siguiente movimiento en los ejercicios 2004 y 2003, expresados en valores históricos:

Rubro	2004							2003						
	Capital Pagado M\$	Sobreprecio en Venta de Acciones M\$	Otras Reservas M\$	Resultados Acumulados M\$	Dividendos Provisorios M\$	Déficit Periodo de Desarrollo M\$	Resultado del Ejercicio M\$	Capital Pagado M\$	Sobreprecio en Venta de Acciones M\$	Otras Reservas M\$	Resultados Acumulados M\$	Dividendos Provisorios M\$	Déficit Periodo de Desarrollo M\$	Resultado del Ejercicio M\$
Saldo inicial	169.975.841	13.293.340	3.434.112	48.696.684	(10.510.595)	(205.907)	54.088.124	168.292.912	13.161.723	21.275.446	217.187.266	(7.007.063)	(1.490.485)	22.064.886
Distribución resultado ejercicio anterior	-	-	-	43.371.622	10.510.595	205.907	(54.088.124)	-	-	-	13.567.337	7.007.063	1.490.485	(22.064.886)
Dividendo definitivo ejercicio anterior	-	-	-	(16.430.512)	-	-	-	-	-	-	(13.567.337)	-	-	-
Déficit acumulado periodo de desarrollo	-	-	-	-	-	(362.710)	-	-	-	-	-	-	(205.907)	-
Ajuste acumulado por diferencia de conversión	-	-	(6.110.447)	-	-	-	-	-	-	(18.055.122)	-	-	-	-
Dividendo eventual	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(168.700.000)	-	-	-
Efecto patrimonial en filial	-	-	2.899.435	-	-	-	-	-	-	22	-	-	-	-
Revalorización capital propio	4.249.396	332.333	85.848	1.874.514	-	-	-	1.682.929	131.617	213.766	209.418	-	-	-
Resultado del ejercicio	-	-	-	-	-	-	45.393.866	-	-	-	-	-	-	54.088.124
Dividendos provisorios	-	-	-	-	(8.599.577)	-	-	-	-	-	-	(10.510.595)	-	-
Saldo final	174.225.237	13.625.673	308.948	77.512.308	(8.599.577)	(362.710)	45.393.866	169.975.841	13.293.340	3.434.112	48.696.684	(10.510.595)	(205.907)	54.088.124
Saldos actualizados								174.225.237	13.625.673	3.519.965	49.914.101	(10.773.360)	(211.055)	55.440.327

- a) De acuerdo a lo dispuesto en el Artículo No.10 de la Ley 18.046, se ha incorporado al capital pagado el monto proporcional correspondiente a su revalorización, quedando este representado al 31 de diciembre de 2004 por M\$174.225.237 dividido en 318.502.872 acciones, sin valor nominal.
- b) La política de dividendos de la Compañía consiste en distribuir anualmente como dividendo el 50% de las utilidades líquidas del ejercicio.
- c) Con fecha 22 de abril de 2004 la Junta General Ordinaria de Accionistas aprobó, con cargo a utilidades del ejercicio 2003, el dividendo definitivo No.227 ascendente a M\$16.430.512 (histórico) correspondiente a \$51,5867 por acción. Este dividendo se pagó el 30 de abril de 2004.
- d) Con fecha 22 de abril de 2004, la Junta General Ordinaria de Accionistas aprobó la absorción con cargo a utilidades del año anterior del déficit período desarrollo acumulado al 31 de diciembre de 2003 por un monto equivalente a M\$205.907 (histórico).
- e) Con fecha 1 de diciembre de 2004 el Directorio acordó repartir, con cargo a utilidades del ejercicio 2004, el dividendo provisorio No.228 ascendente a M\$8.599.577 (histórico) correspondiente a \$27 por acción.
- f) El abono a otras reservas, por un monto de M\$2.899.435 (histórico), corresponde al efecto que se produjo por la fusión entre Comercial CCU Santiago S.A. y Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. por M\$2.900.909, ambas filiales de Compañía Cervecerías Unidas S.A., la cual se produjo con fecha 30 de noviembre de 2004, y un cargo por M\$1.474 (histórico), correspondiente al efecto que se produjo por la disminución de capital de Viña Urmeneta S.A..
- g) Al 31 de diciembre de 2004, la filial Viña San Pedro S.A. mantiene un 50% en Viña Dassault San Pedro S.A. y un 50% en Viña Tabalí S.A.. Dichas Sociedades se encuentran en período de organización y puesta en marcha. Producto de ello, la Sociedad Matriz registró en su patrimonio un déficit acumulado período de desarrollo de M\$270.986 (M\$198.647 en 2003) y M\$91.724 (M\$7.260 en 2003), respectivamente.
- h) Al 31 de diciembre de 2004, se ha generado un cargo a la cuenta Reserva por ajuste acumulado por diferencia de conversión por M\$6.110.447 (M\$18.055.122 en 2003), quedando un saldo acumulado por M\$6.178.795 negativo (M\$68.348 negativo en 2003).
- i) Con fecha 26 de febrero de 2003 la Junta General Extraordinaria de Accionistas acordó repartir, con cargo a utilidades retenidas de ejercicios anteriores el dividendo definitivo eventual No.222, ascendente a M\$56.375.008 (histórico), correspondiendo a \$177 por acción. Este dividendo se pagó el 14 de marzo de 2003.

Conjuntamente en esta misma fecha, la Junta antes mencionada hace presente que el dividendo antes indicado, representa un poco más de la tercera parte de la suma total a repartir de M\$168.700.000 (histórico), por concepto de dividendo eventual aprobado por la Junta. Respecto al saldo de M\$112.324.992 (histórico), la Junta facultó al Directorio de la Compañía para fijar los montos y fechas de pagos.

- j) Con fecha 24 de abril de 2003, la Junta General Ordinaria de Accionistas aprobó el dividendo definitivo No.223, por M\$13.567.337 (histórico), correspondiente a \$42,59722 por acción. Se hace presente que el dividendo definitivo propuesto excede lo que corresponde a título de dividendo mínimo obligatorio, dado que el dividendo pagado en enero, de \$22 por acción, representó el 34,1% de la utilidad del ejercicio. Por ende, este dividendo definitivo No.223, corresponde en parte a la diferencia para completar el 50% definido como política de dividendo, más un monto adicional sobre dicha política, todo lo cual significa repartir el 100% de la utilidad del ejercicio.
- k) Con fecha 24 de abril de 2003, la Junta General Ordinaria de Accionistas aprobó la absorción con cargo a utilidades del año anterior del déficit período desarrollo acumulado al 31 de diciembre de 2002 por un monto equivalente a M\$1.490.485 (histórico).
- l) Con fecha 5 de agosto de 2003, en reunión de Directorio, se acordó pagar el saldo del dividendo eventual definitivo, en dos parcialidades, una de \$235 por acción el que se hizo efectivo a partir del día 29 de agosto de 2003, que se individualiza como dividendo definitivo eventual No.224 por un monto de M\$74.848.175 (histórico); y otro

de \$117,66555 por acción que se pagó a contar del 10 de octubre 2003, y correspondió al dividendo definitivo eventual No.225 por un monto de M\$37.476.817 (histórico).

m) Con fecha 16 de diciembre de 2003 el Directorio acordó repartir, con cargo a utilidades del ejercicio 2003, el dividendo provisorio No.226 ascendente a M\$10.510.595 (histórico) correspondiente a \$33 por acción. Este dividendo se pagó el 09 de enero de 2004.

n) Número de Acciones:

2004			
Serie	Número Acciones Suscritas	Número Acciones Pagadas	Número Acciones con Derecho a Voto
Unica	318.502.872	318.502.872	318.502.872

ñ) Capital (Monto M\$)

2004		
Serie	Capital Suscrito	Capital Pagado
Unica	174.225.237	174.225.237

o) Déficit acumulado período de desarrollo filial de diciembre 2004 (Monto M\$)

Rut	Sociedad	Monto		Observaciones
		del Ejercicio	Acumulado	
91.041.000-8	Viña San Pedro S.A.	(270.986)	(270.986)	Déficit originado por inversión en Viña Dassault San Pedro S.A.
91.041.000-8	Viña San Pedro S.A.	(91.724)	(91.724)	Déficit originado por Inversión en Viña Tabalí S.A.

Asimismo el rubro "Otras reservas" se descomponen al 31 de diciembre 2004 y 2003, como sigue:

Otras Reservas - 2004					
AÑO 2004	Reserva por Ajuste al Valor del Activo Fijo M\$	Reservas Voluntarias M\$	Reserva por Ajuste al Valor Patrimonial Proporcional M\$	Reserva por Ajuste Acumulado por Diferencia de Conversión M\$	Total Otras Reservas M\$
Movimientos:					
Saldo histórico al 31 de diciembre 2003	3.510.208	22	(9.437)	(66.681)	3.434.112
Ajuste acumulado por diferencia de conversión	-	-	-	(6.110.447)	(6.110.447)
Efecto patrimonial en filial	-	-	2.899.435	-	2.899.435
Corrección monetaria	87.755	1	(241)	(1.667)	85.848
Saldo al 31 de diciembre de 2004	3.597.963	23	2.889.757	(6.178.795)	308.948

Otras Reservas - 2003					
AÑO 2003	Reserva por Ajuste al Valor del Activo Fijo M\$	Reservas Voluntarias M\$	Reserva por Ajuste al Valor Patrimonial Proporcional M\$	Reserva por Ajuste Acumulado por Diferencia de Conversión M\$	Total Otras Reservas M\$
Movimientos:					
Saldo histórico al 31 de diciembre 2002	3.475.453	-	(9.343)	17.809.336	21.275.446
Ajuste acumulado por diferencia de conversión	-	-	-	(18.055.122)	(18.055.122)
Reservas voluntarias	-	22	-	-	22
Corrección monetaria	34.755	-	(94)	179.105	213.766
Saldo al 31 de diciembre 2003	3.510.208	22	(9.437)	(66.681)	3.434.112
Saldo al 31 de diciembre 2003 actualizados para efectos de comparación	3.597.963	23	(9.673)	(68.348)	3.519.965

NOTA 24 OTROS INGRESOS Y EGRESOS FUERA DE LA EXPLOTACION

a) Otros ingresos fuera de explotación

Bajo este rubro se presentan los siguientes valores:

	2004 M\$	2003 M\$
Utilidad en venta de activos fijos	3.262.314	1.102.351
Utilidad en venta de vidrio y cajas plásticas	279.893	323.333
Arriendo de bienes raíces	90.855	118.232
Utilidad en venta de otros activos	13.582	45.877
Otros	335.230	460.737
Total	3.981.874	2.050.530

b) Otros egresos fuera de explotación

Bajo este rubro se presentan los siguientes valores:

	2004 M\$	2003 M\$
Provisión repuestos	485.054	121.703
Castigos extraordinarios	390.180	-
Gasto mantención activo fijo prescindible	280.342	167.366
Provisión juicios pendientes	379.135	329.258
Pérdida en venta - castigos de activos fijos	310.089	1.655.316
Indemnizaciones extraordinarias pagadas	172.776	676.852
Provisión menor valor inversión en otras sociedades	-	648.608
Participación del Directorio en dividendo definitivo adicional	-	528.742
Otros	439.231	24.817
Total	2.456.807	4.152.662

En diciembre 2004, la Compañía enajenó un terreno que formaba parte de sus activos prescindibles. El precio recibido, al contado, representó una utilidad antes de impuesto de M\$5.246.353. En dicho terreno se está construyendo un edificio de oficinas y, considerando que la Compañía arrendará una porción del mismo, siguiendo criterios conservadores, se adoptó el criterio de diferir la porción de utilidad asignable al activo que permitirá acceder a beneficios futuros, la que se presenta en otros pasivos a largo plazo por M\$2.137.403.

NOTA 25 CORRECCION MONETARIA

De acuerdo con Circular No.1.560 de fecha 20 de septiembre 2001, en el rubro diferencias de cambio se presenta descontando el efecto inflacionario. Dicho efecto se presenta en el rubro corrección monetaria en una sola línea bajo el concepto "Efecto inflacionario en diferencia de cambio".

	Indice de Reajustabilidad	2004 M\$	2003 M\$
Activos (Cargos) / Abonos			
Existencias	IPC	600.607	(246.605)
Activo Fijo	IPC	6.221.487	2.556.068
Inversiones en empresas relacionadas	IPC	2.041.760	1.106.662
Depósitos a plazo	IPC	409.964	397.115
Valores negociables	IPC	114.110	(32.294)
Documentos por cobrar	UF	(4.406)	7.589
Deudores varios	UF	2.835	932
Impuestos por recuperar	IPC	104.393	16.401
Gastos anticipados	IPC	8.325	7.082
Gastos anticipados	UF	2.246	(4.721)
Impuesto diferido a corto plazo	IPC	1.798	25.031
Otros activos circulantes	IPC	696.005	(405.187)
Otros activos circulantes	UF	12.326	6.912
Inversion en otras sociedades	IPC	1.088	555
Menor valor de inversiones	IPC	721.550	346.338
Mayor valor de inversiones	IPC	(11.284)	(6.016)
Intangibles (neto)	IPC	82.264	29.024
Otros activos	IPC	372.544	636.290
Otros activos	UF	4.918	2.979
Efecto inflacionario en diferencia de cambio	IPC	-	159.552
Cuentas de gastos y costos	IPC	7.491.935	105.303
Total Abonos		18.874.465	4.709.010
Pasivos (Cargos) / Abonos			
Patrimonio	IPC	(6.542.091)	(2.293.673)
Obligaciones con bancos e instituciones financieras a corto plazo	UF	(20.415)	(18.195)
Obligaciones con el público - bonos porción corto plazo	UF	(29.841)	(15.396)
Documento por pagar a corto plazo	UF	4.556	24.721
Provisiones corto plazo	IPC	(393)	(3.564)
Provisiones corto plazo	UF	1.338	597
Impuesto renta	IPC	1.839	(27)
Obligaciones con bancos e instituciones financieras a largo plazo	UF	(356.032)	(32.633)
Obligaciones con el público - bonos largo plazo	UF	(376.857)	(206.802)
Provisiones largo plazo	IPC	(76.065)	(48.476)
Impuesto diferido a largo plazo	IPC	(381.711)	(187.939)
Otros pasivos a largo plazo	IPC	(946.936)	(426.306)
Otros pasivos a largo plazo	UF	(2)	35
Acreedores varios corto plazo	UF	(800)	(5.887)
Efecto inflacionario en diferencia de cambio	IPC	(527.589)	-
Cuentas de ingresos	IPC	(8.842.870)	(244.729)
Total Cargos		(18.093.869)	(3.458.274)
Utilidad por Corrección Monetaria		780.596	1.250.736

NOTA 26 DIFERENCIAS DE CAMBIO

Las diferencias de cambio correspondientes a las filiales argentinas que se incluyen bajo esta nota, se presentan en una sola línea, en Ajuste de traducción (neto) activos y pasivos Argentina, de acuerdo a lo señalado en el Boletín Técnico No.64 del Colegio de Contadores de Chile A.G. y se informa bajo la columna de Moneda como pesos argentinos (\$ ARG).

Rubro	Moneda	Monto	
		2004 M\$	2003 M\$
Activos (Cargos) / Abonos			
Disponible	Dólares	124.637	(429.184)
Disponible	Euros	25	(204.471)
Disponibles	Dólar canadiense	-	2.471
Depósitos a plazo	Dólares	-	114.300
Depósitos a plazo	Euros	-	35.769
Valores negociables	Dólares	(229.971)	(223.255)
Valores negociables	Euros	-	(5.696)
Deudores por venta	Dólares	(2.177.495)	(761.758)
Deudores por venta	Dólar canadiense	19.509	(83.177)
Deudores por venta	Coronas danesas	35.955	(214.168)
Deudores por venta	Euros	3.543	(50.338)
Deudores por venta	Franco suizos	-	1.177
Deudores varios	Dólares	(64.844)	(15.412)
Deudores varios	Dólar canadiense	(615)	(723)
Deudores varios	Euros	-	(206)
Documentos por cobrar	Dólares	(46)	(4.226)
Cuentas por cobrar empresas relacionadas corto plazo	Dólares	(2.336)	65.632
Cuentas por cobrar empresas relacionadas corto plazo	Euros	(50)	(813.283)
Gastos anticipados	Dólares	326	(18.247)
Gastos anticipados	Euros	-	(206)
Existencias	Dólares	(12.685)	(51.314)
Existencias	Euros	(2.235)	-
Otros circulantes	Dólares	(18.359)	(56.899)
Inversión en otras sociedades	Dólares	1.092	(86.071)
Otros activos	Dólares	10.247	(30.142)
Otros activos	Euros	-	(3)
Efecto inflacionario en diferencia de cambio		-	(159.552)
Total Cargos		(2.313.302)	(2.988.982)
Pasivos (Cargos) / Abonos			
Obligaciones con bancos e instituciones Financieras corto plazo	Dólares	81.441	1.128.101
Obligaciones con bancos e instituciones Financieras corto plazo	Euros	4.268	11.710
Obligaciones con bancos e instituciones financieras corto plazo - porción largo plazo	Dólares	6.573	-
Cuentas por pagar	Dólares	302.595	176.261
Cuentas por pagar	Euros	3.238	4.143
Cuentas por pagar	Libras esterlinas	139	(9)
Cuentas por pagar	Dólar canadiense	-	1.972
Documentos por pagar	Dólares	19.575	18.559
Acreedores varios	Dólares	15.004	(79.760)
Acreedores varios	Euros	7.395	(6.929)
Acreedores varios	Franco suizos	11	23
Acreedores varios	Dólar canadiense	(164)	-
Provisiones corto plazo	Dólares	37.580	14.755
Provisiones corto plazo	Dólar canadiense	4.156	4.921
Provisiones corto plazo	Euros	(908)	16.742
Otros pasivos circulantes	Dólares	32.979	558.597
Otros pasivos circulantes	Yenes	(105)	3
Otros pasivos circulantes	Coronas danesas	-	(117)
Otros pasivos circulantes	Dólar canadiense	(828)	(3.100)
Otros pasivos circulantes	Libras esterlinas	(401)	334
Otros pasivos circulantes	Euros	(36.040)	(1.065)
Otros pasivos circulantes	\$ Argentinos	-	(18)
Otros pasivos circulantes	Franco suizos	23	420
Impuesto a la renta	Dólares	2.885	-
Obligaciones con bancos e instituciones financieras largo plazo	Dólares	692.227	808.819
Obligaciones con bancos e instituciones financieras largo plazo	Euros	-	(17.370)
Acreedores varios largo plazo	Dólares	(1.378)	66.763
Cuentas por pagar empresas relacionadas corto plazo	Dólares	50	(48.524)
Cuentas por pagar empresas relacionadas corto plazo	Euros	(11.611)	666.713
Cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	Dólares	(1.306.264)	(362.396)
Cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	Euros	1.269.865	-
Efecto inflacionario en diferencia de cambio		527.589	-
Ajuste traducción	\$ Argentinos	(62.822)	71.874
Total Abonos		1.587.072	3.031.422
(Pérdida) Utilidad por Diferencias de Cambio		(726.230)	42.440

NOTA 27 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

De acuerdo a las disposiciones de la Circular No.1501 de la Superintendencia de Valores y Seguros, a continuación se resumen las actividades de inversión y financiamiento que comprometen flujos futuros.

Flujos de inversión

	Flujo que afecta	
	2005 M\$	2004 M\$
Compras de activo fijo	2.425.489	3.316.449

Los pagos por compras de activos fijos que vencen dentro de los próximos 90 días ascienden a M\$2.128.859 (M\$2.765.466 a diciembre 2003) y M\$296.630 (M\$550.983 a diciembre 2003) corresponden a vencimientos superiores a 90 días.

Los pagos por vencimientos superiores a 90 días, corresponden a compromisos bajo la modalidad de leasing de la filial Viña San Pedro S.A., por M\$65.315 en 2003.

Flujos de financiamiento

	Flujo que afecta	
	2005 a 2009 M\$	2004 a 2008 M\$
- Dividendos por pagar antiguos	713.586	789.184
- Dividendos provisorios por pagar No.228 y No.226, respectivamente	8.599.578	10.773.360
Total	9.313.164	11.562.544

Con respecto a los dividendos por pagar antiguos, que se encuentran a disposición de los accionistas, se desconoce cuando ellos harán efectivo su cobro y en el caso de no materializarse dentro del plazo de cinco años se aplica lo instruido en el Art.85 de la ley No.18.046, sobre Sociedades Anónimas, es decir, se destinan al cuerpo de Bomberos de Chile. El Dividendo provisorio No.226 fue cancelado el 9 de enero 2004 y el Dividendo provisorio No.228 estará a disposición de los accionistas a contar del 10 de enero 2005.

Existen además pasivos bancarios contraídos (Notas 16 y 17); y obligaciones con el público Bonos (Nota 18) que comprometen flujos futuros.

Bajo "Otras fuentes de financiamiento", se incluyen los flujos obtenidos por operaciones de factoring. Simultáneamente en "Otros desembolsos por financiamiento", se incluyen los pagos por contratos de factoring vencidos al cierre.

Efectivo y Efectivo Equivalente

La composición del saldo del efectivo y efectivo equivalente que considera solamente las inversiones financieras de fácil liquidación, sin reajustes e intereses, pactadas a un máximo de noventa días, incluyendo los instrumentos adquiridos bajo pacto de retrocompra y los fondos mutuos no accionarios es como sigue:

	2004 M\$	2003 M\$
Disponibles	11.829.776	11.137.334
Depósitos a plazo	35.107.092	20.941.077
Valores negociables	3.966.274	21.451.724
Otros activos circulantes	9.295.991	14.484.583
Total	60.199.133	68.014.718

NOTA 28 CONTRATOS DE DERIVADOS

Al 31 de diciembre de 2004 la Compañía Matriz y su filial Viña San Pedro S.A. mantienen los siguientes contratos de cobertura:

Valor del Contrato M\$	Descripción de los Contratos					Valor de la Partida Protegida M\$	Cuentas Contables Que Afecta			
	Plazo de Vencimiento o Expiración	Item Específico	Posición Compra / Venta	Partida o transacción protegida			Activo / Pasivo		Efecto en Resultado	
				Nombre	Monto M\$		Nombre	Monto M\$	Realizado M\$	No Realizado M\$
578.400	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	578.400	570.900	Pasivo circulante	7.500	-	(7.500)
881.325	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	881.325	856.350	Pasivo circulante	24.975	-	(24.975)
1.794.450	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	1.794.450	1.712.700	Pasivo circulante	81.750	-	(81.750)
1.417.080	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	1.417.080	1.398.705	Pasivo circulante	18.375	-	(18.375)
358.746	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	358.746	362.236	Pasivo circulante	-	3.490	-
335.520	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	335.520	342.540	Pasivo circulante	-	7.020	-
559.200	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	559.200	570.900	Pasivo circulante	-	11.700	-
1.118.400	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	1.118.400	1.141.800	Pasivo circulante	-	23.400	-
866.760	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	866.760	884.895	Pasivo circulante	-	18.135	-
280.100	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	280.100	285.450	Pasivo circulante	-	5.350	-
560.200	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	560.200	570.900	Pasivo circulante	-	10.700	-
631.741	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	V	Deudores por venta	631.741	647.972	Pasivo circulante	-	16.231	-
737.700	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	737.700	684.960	Pasivo circulante	-	52.740	-
728.220	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	728.220	684.960	Pasivo circulante	-	43.260	-
599.018	I Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos en US\$	599.018	596.418	Pasivos circulante	2.600	-	2.600
2.516.975	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	2.516.975	2.368.820	Pasivo circulante	-	148.155	-
1.196.600	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	1.196.600	1.141.600	Pasivo circulante	-	55.000	-
4.295.200	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	4.295.200	3.995.600	Pasivo circulante	-	299.600	-
1.222.600	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	1.222.600	1.141.600	Pasivo circulante	-	81.000	-
323.300	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	323.300	302.524	Pasivo circulante	-	20.776	-
1.352.610	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	1.352.610	1.284.300	Pasivo circulante	-	68.310	-
771.940	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	771.940	742.040	Pasivo circulante	-	29.900	-
330.935	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	330.935	313.940	Pasivo circulante	-	16.995	-
746.063	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	746.063	713.500	Pasivo circulante	-	32.563	-
2.268.486	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	2.268.486	2.294.616	Pasivo circulante	26.130	-	(26.130)
2.250.900	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	2.250.900	2.054.880	Pasivo circulante	-	196.020	-
2.112.075	II Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	2.112.075	1.997.800	Pasivo circulante	-	114.275	-
344.254	III Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	344.254	348.188	Pasivo circulante	3.934	-	(3.934)
375.971	III Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	375.971	382.436	Pasivo circulante	6.465	-	(6.465)
3.129.500	IV Trimestre 2005	Tipo de cambio	C	Pasivos bancarios	3.129.500	2.854.000	Pasivo circulante	-	275.500	-
60.750.000	IV Trimestre 2009	Tasa interés/Tipo de cambio (1)	V	Deuda en US\$	60.750.000	55.740.000	Otros pasivos circulantes y otros Pasivos Largo Plazo	5.422.437	-	638.713

(1) Contrato swap

NOTA 29 CONTINGENCIAS Y RESTRICCIONES

a) Restricciones a la gestión o indicadores financieros

- i) Con fecha 4 de noviembre 2004, la Compañía a través de su agencia CCU Cayman Branch, suscribió un contrato de crédito de carácter sindicado a 5 años plazo por un monto de US\$100.000.000, con 10 bancos extranjeros, siendo el organizador principal el (JP Morgan Securities Inc.), constituyéndose Cervecera CCU Chile Limitada en fiadora y codeudora solidaria de la Agencia y avalista de cada uno de los pagarés suscritos al efecto. Además, Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA) otorgó, sujeta al cumplimiento previo de los parámetros financieros que se indican a continuación, iguales garantías a las antes señaladas. Estos parámetros financieros son los siguientes: 1) que el EBITDA de ECUSA represente 30% o más del EBITDA consolidado de CCU S.A. o 2) que la deuda de ECUSA represente 10% o más de la deuda consolidada de CCU S.A. El cumplimiento de cualquiera de estos dos eventos gatillará la garantía de ECUSA. El desembolso de dicho crédito se efectuó el día 9 de noviembre 2004.

Este crédito obliga a la Compañía y a las filiales Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y Cervecera CCU Chile Ltda. a cumplir los siguientes índices financieros:

- Mantener una cobertura de intereses consolidada mayor o igual a 3 para CCU S.A. consolidado, Cervecera CCU Chile Ltda. y Embotelladoras Chilenas Unidas S.A., medida al final de cada trimestre y considerando los últimos 12 meses.
- Mantener una razón de endeudamiento consolidada menor a 3, para CCU S.A. consolidado, Cervecera CCU Chile Limitada y Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.
- Mantener un patrimonio consolidado mínimo de UF15 millones al final de cada trimestre para CCU S.A.

Adicionalmente este crédito obliga a la Compañía a cumplir ciertas restricciones de carácter afirmativo, tales como cumplimiento de la ley, pago de impuestos, mantener seguros, mantener la mayoría de la propiedad y el control de todas las filiales relevantes, etc.; y también a cumplir ciertas restricciones de carácter negativo, tales como no dar prendas, excepto las autorizadas por el contrato, no hacer fusiones excepto las permitidas, y no vender activos fijos, excepto bajo los términos establecidos por el contrato, entre otros.

- ii) La Compañía ha suscrito a través de contratos por emisión de bonos, el compromiso de cumplir ciertos índices financieros calculados sobre su balance consolidado o individual, los que se detallan a continuación:

Bonos Serie E

- Mantener permanentemente una razón de endeudamiento, medida sobre los estados financieros consolidados, no superior a 1,5 veces.
- Mantener permanentemente una razón de endeudamiento, medida sobre los estados financieros individuales, no superior a 1,7 veces.
- Mantener una cobertura de gastos financieros, establecida al final de cada trimestre y considerando los 4 últimos trimestres consecutivos a la FECU que se presenta, medida sobre los estados financieros consolidados e individuales, no inferior a 3 veces.
- Mantener activos libres de gravámenes por un monto igual, a lo menos, a una coma dos veces sus pasivos exigibles no garantizados, calculado y medido trimestralmente sobre los estados financieros individuales y consolidados del Emisor.
- Mantener, directa o indirectamente, la propiedad de más del cincuenta por ciento de las acciones suscritas y pagadas y de los derechos sociales de las siguientes sociedades: Cervecera CCU Chile Limitada, Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y Viña San Pedro S.A..
- Mantener, directamente o a través de una sociedad filial, la propiedad de la marca comercial "CRISTAL", para cerveza, en la clase treinta y dos del clasificador, actualmente inscrita y vigente a su nombre ante el Departamento de Propiedad Industrial del Ministerio de Economía. Asimismo, el Emisor se obliga a no ceder, a cualquier título, su uso, excepto a sus sociedades filiales.
- Mantener un patrimonio, tanto a nivel individual como consolidado, reflejado en cada una de sus FECU trimestrales individuales y consolidadas, por un monto a lo menos igual a quince millones de Unidades de Fomento.
- No vender, ni permitir que sean vendidos, ni ceder en propiedad y/o en uso y/o en usufructo y/o en comodato y no transferir y/o de cualquier modo, enajenar, ya sea mediante una transacción o una serie de transacciones, directa o indirectamente, mientras el Emisor no haya pagado a los Tenedores el total del capital e intereses de los Bonos en circulación, activos del Emisor y sus filiales en adelante los "Activos transferidos" cuyo valor total contabilizado en los últimos estados financieros auditados consolidados del Emisor, representen más del veinticinco por ciento del valor total contabilizado en los últimos estados financieros auditados consolidados del Emisor del total de los activos consolidados de este último.

- No efectuar inversiones en instrumentos emitidos por “personas relacionadas”, salvo las acciones de pago que suscriba por aumentos de capital, ni efectuar con ellas otras operaciones, en condiciones distintas a las prevalecientes en el mercado, según lo dispuesto en el artículo ochenta y nueve de la Ley de Sociedades Anónimas. De la misma forma, las filiales del Emisor se ajustarán a lo señalado en el párrafo precedente. Se estará a la definición de “personas relacionadas” que da el artículo cien de la Ley de Mercado de Valores. El Representante de los Tenedores de Bonos podrá solicitar, y en este caso el Emisor deberá enviar al Representante de los Tenedores de Bonos, junto con los estados financieros trimestrales, la información acerca de las operaciones con “personas relacionadas” del Emisor, para verificar el cumplimiento de lo señalado en el presente número.

La Compañía estima que las restricciones antes señaladas no son significativas para el normal desenvolvimiento de sus negocios, habiendo cumplido a la fecha con la totalidad de los covenants establecidos.

b) Juicios

b.1) Existen juicios iniciados contra Compañía Cervecerías Unidas S.A., los cuales la administración considera improbable que afecten los resultados y el patrimonio de la Compañía en forma significativa por estas contingencias de pérdida. En consecuencia, no se han establecido provisiones respecto a estos juicios.

b.2) Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y filiales (Sociedades filiales de CCU S.A.)

Al 31 de diciembre 2004 y 2003 la filial Compañía Industrial Cervecera S.A. presenta demandas iniciadas en su contra en concepto de juicios laborales por M\$113.852 y M\$112.085 respectivamente, sobre las cuales ha constituido una provisión de M\$67.014 y M\$61.570 respectivamente, en función del monto que estima prosperará de los mismos.

Asimismo, existen otras demandas comerciales iniciadas contra la filial Compañía Industrial Cervecera S.A. que ascienden a M\$643.364 (M\$696.298 en 2003).

Al 31 de diciembre de 2004 y 2003 se constituyeron provisiones por M\$581.628 y M\$448.757 respectivamente, para cubrir estas contingencias.

Adicionalmente, existen otras demandas menores iniciadas contra la filial sobre los cuales se constituyeron provisiones en el corto plazo por M\$137.057 y M\$95.709 para cubrir estas contingencias.

La administración considera que de acuerdo con el desarrollo de estos juicios a la fecha, las provisiones constituidas cubren adecuadamente los eventuales efectos adversos que puedan derivarse de los juicios mencionados.

c) Otros

c.1) Compañía Cervecerías Unidas S.A.

- 1.- Por escritura pública de fecha 8 de mayo 1995, la Compañía constituyó una servidumbre de acueducto en favor de EMOS S.A. para el sistema de alcantarillado de Huechuraba, el que fue inscrito en el Registro de Hipotecas a cargo del Conservador de Bienes Raíces de Santiago.
- 2.- Al 31 de diciembre 2004, la Compañía mantiene un contrato Forward de cobertura fluctuación de moneda (US\$/) por US\$1.070.000, con vencimiento el 28 de enero 2005.

Adicionalmente al 31 de diciembre 2004 se mantiene contrato SWAP por US\$100.000.000 (US\$96.110.000 en 2003) para cubrir fluctuaciones de moneda y tasa de interés.

- 3.- Con fecha 14 de diciembre 2004 la Compañía firmó un Contrato de Promesa de Arriendo por 25 años, correspondientes a pisos de oficinas que se construirán en el terreno que la compañía vendió durante el mes de diciembre 2004 (Nota 24). Las rentas de arriendo comprometidas obedecen a condiciones de mercado.

c.2) Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. (Sociedad filial de CCU S.A.)

El acuerdo de inversión firmado el 14 de diciembre 1995 entre Compañía Cervecerías Unidas S.A., Compañía Cervecerías Unidas Argentinas S.A. y Anheuser-Busch International Holding Inc., contempla una opción para que este último aumente su participación en Compañía Cervecerías Unidas Argentinas S.A. hasta un 20%. Al 30 de septiembre 2003 la participación de Anheuser-Busch International Holding Inc alcanza a un 10,783%.

c.3) Viña San Pedro S.A. (Sociedad filial de CCU S.A.)

- i) Al 31 de diciembre 2004 existen compromisos asociados a contratos de vino y uva por un monto de M\$4.697.749 (M\$4.373.388 en 2003).
- ii) Al 31 de diciembre 2004, la sociedad mantiene contratos forward de cobertura de fluctuación de moneda (\$/US\$) por US\$24.460.500 con vencimientos entre el 7 de enero 2005 y el 21 de diciembre 2005 (US\$24.500.000 en 2003).

d) Contexto económico argentino

Al 31 de diciembre 2004 la Sociedad mantiene inversiones en Argentina que representan un 17,69% de los activos totales (18,86% al 31 de diciembre 2003).

e) Garantías directas e indirectas

Al 31 diciembre 2004 y 2003 el detalle de las garantías directas e indirectas es el siguiente:

Garantías directas:

Acreedor de la Garantía	Deudor			Activos comprometidos		Saldos Pendiente de Pago			Liberación de Garantías				
	Nombre	Relación	Tipo de Garantía	Tipo	Valor Contable M\$	2004	2003	2005	Activos	2006	Activos	2007	Activos
						M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	
Banco Estado	Viña San Pedro S.A.	Filial	Hipotecaria	Predio Agrícola	4.957.902	2.614.654	3.514.572	883.317	Predio	871.551	Predio	871.551	Predio

Garantías indirectas:

Acreedor de la Garantía	Deudor		Tipo de Garantía	Activos Comprometidos		Saldos Pendiente de Pago		Liberación de Garantías
	Nombre	Relación		Tipo	Valor Contable M\$	2004 M\$	2003 M\$	2005 M\$
JP Morgan Chase	Cayman Islands Branch	Agencia	Fianza Solidaria	Patrimonio	55.740.000	55.740.000	-	-
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	6.769.408	7.386.535	6.769.408
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	1.809.845	1.950.629	1.809.845
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	1.120.122	-	1.120.122
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	846.176	-	846.176
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	843.242	-	843.242
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	728.688	-	728.688
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	614.765	672.022	614.765
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	453.618	489.126	453.618
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	449.231	-	449.231
Deutsche Bank A.G.	Cayman Islands Branch	Agencia	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	-	82.412.479	-
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	-	2.639.896	-
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza Solidaria	Patrimonio	-	-	487.157	-

NOTA 30 CAUCIONES OBTENIDAS DE TERCEROS

Al 31 de diciembre 2004 las principales cauciones recibidas de terceros a favor de la compañía corresponden a los siguientes:

	Operación que generó la caución	M\$	Otorgante	Relación con la Sociedad Informante
Boletas en Garantía				
Fecha				
4-Ago-04	Suministro de tanques de fermentación y de guarda y tanques horizontales para Cervecera CCU Chile Ltda. en la planta de Santiago.	208.853	BW Bank	Proveedor del servicio
9-Ago-04	Pasteurizador de túnel, modelo GH-1880-4R-DD, para Cervecera CCU Chile Ltda., en la planta de Santiago.	194.687	Banco Harris Trust and Savings	Proveedor del producto
22-Jul-04	Ampliación de sala CIP envasado para Cervecera CCU Chile Ltda. en la planta de Santiago.	113.088	HypoVereinsbank	Proveedor del servicio
16-Jun-04	Fiel cumplimiento de contrato de adquisición de máquina llenadora de latas, modelo Starcans 2000 117, y máquina selladora de latas Angelus, modelo 121L año 1999, sin uso.	96.841	Banco Nazionale del Lavoro S.P.A.	Proveedor del producto
6-Sep-04	Suministro de máquina etiquetadora Topmatic, modelo 1800-45, para Cervecera CCU Chile Ltda., en la planta de Santiago.	92.194	Commerzbank AG	Proveedor del producto
25-Nov-04	Instalación de grupo centrífugo de clarificación de vino y sus componentes	27.868	Bank Boston	Proveedor del servicio
5-Nov-04	Montaje electromecánico líneas de envasado, Planta Molina.	25.418	Banco Santander	Proveedor del producto
17-Dic-04	Suministro de equipo Caroblend y sus componentes, para la planta Cervecera CCU Chile Ltda.	18.629	Bank Boston	Proveedor del producto
30-Dic-04	Suministro de moldes, para Plasco S.A.	17.128	Commercial Bank of China	Proveedor del producto
	Existen otras cauciones por Boletas en Garantía ascendentes a un total de M\$77.374			
Documentos en Garantía				
	Avales de operaciones de venta de cerveza y productos comercializados por Compañía Industrial Cervecera S.A.	48.344	Clientes varios	Clientes
	compraventa de derechos publicitarios Copa Gato 2004-2005	47.585	International Group Mercom	Proveedor del producto
Hipotecas y Prendas				
	Avales de operaciones de venta de cerveza y productos comercializados por Compañía Industrial Cervecera S.A.	708.135	Clientes varios	Clientes

NOTA 31 MONEDA NACIONAL Y EXTRANJERA

Al 31 de diciembre 2004 y 2003, los saldos en moneda nacional y extranjera corresponden a los siguientes:

a) Activos

Rubro	Moneda	Monto	
		2004 M\$	2003 M\$
Activos Circulantes			
Disponible	\$ no reajustables	9.886.298	6.366.055
Disponible	Dólares	194.605	4.256.701
Disponible	Euros	2.739	3.357
Disponible	\$ Argentinos	1.746.134	511.221
Depósitos a plazo	\$ reajustables	1.021	1.025
Depósitos a plazo	\$ no reajustables	49.154.386	20.937.853
Valores negociables	\$ reajustables	625.109	667.912
Valores negociables	\$ no reajustables	3.245.559	10.876.161
Valores negociables	Dólares	340.014	10.157.248
Valores negociables	\$ Argentinos	-	1.216
Deudores por venta (neto)	\$ no reajustables	29.883.890	28.506.825
Deudores por venta (neto)	Dólares	15.065.929	4.789.171
Deudores por venta (neto)	Euros	102.010	363.096
Deudores por venta (neto)	\$ Argentinos	3.170.595	2.317.978
Deudores por venta (neto)	Corona danesa	125.577	1.001.351
Deudores por venta (neto)	Dólar canadiense	546.847	2.804.138
Documentos por cobrar (neto)	\$ no reajustables	23.501.111	23.529.723
Documentos por cobrar (neto)	Dólares	10.624	-
Documentos por cobrar (neto)	\$ Argentinos	1.162.204	701.764
Deudores varios (neto)	\$ reajustables	-	158.685
Deudores varios (neto)	\$ no reajustables	8.090.721	7.183.349
Deudores varios (neto)	Dólares	323.926	427.486
Deudores varios (neto)	Euros	13.682	-
Deudores varios (neto)	\$ Argentinos	803.707	776.773
Impuestos por recuperar	\$ reajustables	907.656	911.899
Impuestos por recuperar	\$ no reajustables	776.449	420.967
Impuestos por recuperar	Dólares	85.282	-
Impuestos por recuperar	\$ Argentinos	992.432	1.537.541
Gastos pagados por anticipado	\$ reajustables	705.165	1.004.423
Gastos pagados por anticipado	\$ no reajustables	3.083.585	2.018.247
Gastos pagados por anticipado	Dólares	53.920	52.537
Gastos pagados por anticipado	\$ Argentinos	267.827	269.969
Impuestos diferidos	\$ no reajustables	1.030.740	249.541
Impuestos diferidos	\$ Argentinos	1.835.491	-
Otros activos circulantes	\$ reajustables	45.024	61.476
Otros activos circulantes	\$ no reajustables	9.424.519	15.154.717
Otros activos circulantes	Dólares	836.160	29.047
Otros activos circulantes	\$ Argentinos	17.744	17.825
Existencias	\$ no reajustables	47.636.656	49.929.065
Existencias	Dólares	739.458	560.443
Existencias	\$ Argentinos	5.439.875	5.694.451
Existencias	Euros	-	235.720
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas	\$ no reajustables	1.099.720	605.642
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas	Dólares	53.421	-
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas	Euros	163.326	87.658
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas	\$ Argentinos	36.949	-

Rubro	Moneda	Monto	
		2004 M\$	2003 M\$
Activo Fijo			
Terrenos	\$ no reajustables	13.920.659	13.933.685
Terrenos	\$ Argentinos	5.371.366	5.865.186
Construcciones y obras de infraestructura	\$ no reajustables	74.321.500	73.694.870
Construcciones y obras de infraestructura	\$ Argentinos	16.822.929	17.316.632
Maquinarias y equipos	\$ no reajustables	194.945.832	191.231.688
Maquinarias y equipos	\$ Argentinos	65.218.780	68.574.209
Otros activos fijos	\$ no reajustables	186.734.696	173.516.797
Otros activos fijos	Dólares	254.691	466.409
Otros activos fijos	Euros	360.974	498.889
Otros activos fijos	\$ Argentinos	43.931.152	43.912.414
Depreciación (menos)	\$ no reajustables	(245.394.330)	(213.025.783)
Depreciación (menos)	\$ Argentinos	(63.871.295)	(63.556.928)
Mayor valor por retasación técnica	\$ no reajustables	6.165.120	6.518.176
Mayor valor por retasación técnica	\$ Argentinos	2.475.791	2.703.405
Otros Activos			
Inversión en empresas relacionadas	\$ no reajustables	9.495.481	5.650.013
Inversión en otras sociedades	\$ no reajustables	37.931	51.583
Menor valor de inversiones	\$ no reajustables	15.622.547	16.773.704
Menor valor de inversiones	\$ Argentinos	10.876.273	13.000.735
Mayor valor de inversiones (menos)	\$ Argentinos	(502.402)	(590.698)
Deudores a largo plazo	\$ no reajustables	18.226	95.496
Deudores a largo plazo	\$ Argentinos	904	5.412
Intangibles (netos)	\$ no reajustables	5.528.783	2.741.685
Intangibles (netos)	\$ Argentinos	2.300.966	2.700.127
Otros activos	\$ reajustables	929.115	528.564
Otros activos	\$ no reajustables	20.596.365	20.759.391
Otros activos	Dólares	48.114	105.074
Otros activos	\$ Argentinos	2.802.471	3.012.825
Total Activos			
	\$ no reajustables	468.806.444	457.719.450
	Dólares	18.006.144	20.844.116
	Euros	642.731	1.188.720
	\$ Argentinos	100.899.893	104.772.057
	\$ reajustables	3.213.090	3.333.984
	Corona danesa	125.577	1.001.351
	Dólar canadiense	546.847	2.804.138

b) Pasivos Circulantes

Rubro	Moneda	Hasta 90 Días				90 Días A 1 Año			
		2004		2003		2004		2003	
		Monto M\$	Tasa Interés Promedio anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio anual %
Obligaciones con bancos e instituciones financieras corto plazo	Dólares	19.820.375	4,89	14.649.981	4,89	12.063.165	4,9	21.819.748	1,42
Obligaciones con bancos e instituciones financieras corto plazo	\$ Argentinos	-	-	206.591	4,75	-	-	-	-
Obligaciones con bancos e instituciones financieras porción corto plazo	\$ reajustables	883.316	1,67	459.569	2,46	-	-	436.430	2,46
Obligaciones con bancos e instituciones financieras porción corto plazo	Euros	-	-	231.837	3,4	-	-	-	-
Obligaciones con bancos e instituciones financieras porción corto plazo	Dólares	202.894	Libor+0,3	245.405	Libor+0,75	7.059.765	8,6	-	-
Obligaciones con el público (efectos de comercio)	\$ reajustables	982.680	4	1.004.826	6	865.852	4	700.947	6
Obligaciones largo plazo con vencimiento dentro de un año	Dólares	-	-	11.341	-	-	-	21.320	-
Dividendos por pagar	\$ no reajustables	9.313.164	-	11.562.544	-	-	-	-	-
Cuentas por pagar	\$ no reajustables	30.119.664	-	27.769.273	-	72.482	-	3.613.651	-
Cuentas por pagar	Dólares	2.602.152	-	2.252.034	-	37.084	-	37.625	-
Cuentas por pagar	Euros	225.519	-	28.636	-	-	-	-	-
Cuentas por pagar	Otras monedas	2.645	-	5.209	-	-	-	-	-
Cuentas por pagar	\$ Argentinos	3.806.561	-	3.997.430	-	-	-	-	-
Documentos por pagar	\$ no reajustables	2.201.104	-	815.753	-	-	-	443.683	-
Documentos por pagar	Dólares	228.366	-	316.705	-	88.350	-	67.721	-
Documentos por pagar	\$ reajustables	17.663	-	-	-	29.492	-	-	-
Acreeedores varios	\$ reajustables	117.603	-	21.399	-	-	-	-	-
Acreeedores varios	\$ no reajustables	1.910.460	-	2.301.732	-	153.449	-	1.233.436	-
Acreeedores varios	Dólares	444.093	-	721.935	-	263.598	-	62.392	-
Acreeedores varios	Euros	180.679	-	232.578	-	-	-	-	-
Acreeedores varios	\$ Argentinos	161.236	-	144.563	-	-	-	-	-
Acreeedores varios	Otras monedas	194	-	798	-	-	-	-	-
Documentos por pagar a empresas relacionadas	\$ no reajustables	770.929	-	503.205	-	-	-	-	-
Documentos por pagar a empresas relacionadas	Dólares	69.859	-	489.576	-	-	-	-	-
Documentos por pagar a empresas relacionadas	Euros	400.828	-	-	-	-	-	-	-
Documentos por pagar a empresas relacionadas	\$ Argentinos	196.266	-	168.033	-	-	-	-	-
Provisiones corto plazo	\$ reajustables	9.479	-	33.659	-	-	-	-	-
Provisiones corto plazo	\$ no reajustables	11.578.442	-	10.560.604	-	1.547.967	-	1.730.123	-
Provisiones corto plazo	Dólares	2.001.266	-	236.821	-	-	-	-	-
Provisiones corto plazo	Euros	26.083	-	14.617	-	-	-	6.695	-
Provisiones corto plazo	Dólar canadiense	105.145	-	112.385	-	-	-	-	-
Provisiones corto plazo	\$ Argentinos	2.227.548	-	1.635.998	-	247.088	-	667.473	-
Retenciones	\$ no reajustables	10.171.175	-	8.615.489	-	-	-	-	-
Retenciones	\$ Argentinos	1.441.748	-	1.984.706	-	-	-	-	-
Retenciones	\$ reajustables	454.627	-	-	-	-	-	-	-
Impuesto a la renta	\$ no reajustables	-	-	-	-	-	-	1.366.206	-
Impuesto a la renta	\$ Argentinos	-	-	436.169	-	-	-	-	-
Ingresos percibidos por adelantado	\$ no reajustables	1.661	-	671	-	-	-	-	-
Ingresos percibidos por adelantado	\$ Argentinos	13.118	-	36.521	-	-	-	-	-
Otros pasivos circulantes	Dólares	-	-	252.608	-	-	-	-	-
Otros pasivos circulantes	\$ reajustables	100.516	-	-	-	-	-	-	-
Total Pasivos Circulantes	Dólares	25.369.005		19.176.406		19.511.962		22.008.806	
	\$ Argentinos	7.846.477		8.610.011		247.088		667.473	
	\$ reajustables	2.565.884		1.519.453		895.344		1.137.377	
	Euro	833.109		507.668		-		6.695	
	\$ no reajustables	66.066.599		62.129.271		1.773.898		8.387.099	
	Otras monedas	2.839		6.007		-		-	
	Dólar canadiense	105.145		112.385		-		-	

c) Pasivos Largo Plazo al 31 de diciembre 2004

Rubro	Moneda	1 a 3 Años		3 a 5 Años		5 a 10 Años		Más de 10 Años	
		Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %
Obligaciones con bancos e instituciones financieras	\$ reajustables	1.743.103	2,82	-	-	-	-	-	-
Obligaciones con bancos e instituciones financieras	Dólares	3.387.382	1,67	55.740.000	Libor+0,3	-	-	-	-
Obligaciones con el público (Bonos)	\$ reajustables	5.195.115	4	3.463.410	4	8.658.525	4	15.585.345	4
Acreedores varios	Dólares	37.372	8,6	-	-	-	-	-	-
Acreedores varios	\$ reajustables	-	-	4.554	-	-	-	-	-
Provisiones largo plazo	\$ no reajustables	-	-	67.831	7	558.729	7	522.317	7
Provisiones largo plazo	\$ reajustables	-	-	8.770	-	-	-	-	-
Provisiones largo plazo	\$ Argentinos	742.349	-	8.446	-	2.498	-	119.894	-
Impuestos diferidos largo plazo	\$ no reajustables	1.420.177	-	1.112.712	-	10.405.180	-	-	-
Otros pasivos a largo plazo	\$ no reajustables	-	-	2.137.402	-	4.573.725	-	5.408.437	-
Otros pasivos a largo plazo	\$ reajustables	-	-	5.313.150	-	-	-	-	-
Total Pasivos a Largo Plazo									
	\$ reajustables	6.938.218		8.789.884		8.658.525		15.585.345	
	Dólares	3.424.754		55.740.000		-		-	
	\$ no reajustables	1.420.177		3.317.945		15.537.634		5.930.754	
	\$ Argentinos	742.349		8.446		2.498		119.894	

d) Pasivos Largo Plazo al 31 de diciembre 2003

Rubro	Moneda	1 a 3 Años		3 a 5 Años		5 a 10 Años		Más de 10 Años	
		Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %
Obligaciones con bancos e instituciones financieras	\$ reajustables	1.745.719	2,46	872.853	-	-	-	-	-
Obligaciones con bancos e instituciones financieras	Dólares	32.866.830	Libor+0,75	49.300.245	Libor+0,75	-	-	-	-
Obligaciones con el público (Bonos)	\$ reajustables	2.803.784	6	780.435	6	9.521.307	6	5.827.248	6
Acreedores varios	Dólares	439.660	8,6	-	-	-	-	-	-
Acreedores varios	\$ reajustables	-	-	4.575	-	-	-	-	-
Provisiones largo plazo	\$ no reajustables	15.537	7	621.961	7	525.560	7	339.168	7
Provisiones largo plazo	\$ Argentinos	454.752	-	9.380	-	2.775	-	89.499	-
Provisiones largo plazo	\$ reajustables	-	-	-	-	401.913	-	-	-
Impuestos diferidos largo plazo	\$ no reajustables	-	-	-	-	15.054.368	-	-	-
Otros pasivos largo plazo	\$ no reajustables	-	-	9.369.661	-	6.033.557	-	5.340.756	-
Total Pasivos a Largo Plazo									
	\$ reajustables	4.549.503		1.657.863		9.923.220		5.827.248	
	Dólares	33.306.490		49.300.245		-		-	
	\$ no reajustables	15.537		9.991.622		21.613.485		5.679.924	
	\$ Argentinos	454.752		9.380		2.775		89.499	

NOTA 32 SANCIONES

Durante los ejercicios 2004 y 2003 la Compañía Matriz, sus filiales y sus Directores o Administradores no han recibido sanciones por parte de la Superintendencia de Valores y Seguros u otra autoridad administrativa.

NOTA 33 HECHOS POSTERIORES

No existen hechos posteriores que hayan ocurrido entre el 31 de diciembre de 2004 y la fecha de emisión de los estados financieros (28 de enero 2005) que pudieran afectarlos significativamente.

NOTA 34 MEDIO AMBIENTE

Durante el ejercicio 2004 y 2003 la Compañía Matriz no ha efectuado desembolsos por este concepto.

Respecto de las filiales, durante los ejercicios 2004 y 2003 han invertido un total de M\$695.577 y M\$430.674, respectivamente, relacionado con la protección del medio ambiente.

35 NOTA CUENTAS POR PAGAR

Las saldos de las cuentas por pagar están relacionadas con los siguientes segmentos de negocios:

Segmentos de negocios	2004 M\$	2003 M\$
Negocio Cervezas en Chile	10.465.892	8.482.553
Negocio Vinos	7.716.307	10.718.846
Negocio Gaseosas, Minerales y Néctares	6.854.206	7.515.942
Negocio Cervezas en Argentina	3.774.014	3.379.533
Transportes	3.450.472	3.039.665
Negocio Plástico	1.624.666	1.787.001
Negocio Pisco	1.099.759	591.271
Otros	1.880.791	2.189.047
Total	36.866.107	37.703.858

36 NOTA DEPOSITOS A PLAZOS

La Compañía presenta bajo este rubro los siguientes montos invertidos en bancos e instituciones financieras, valorizado de acuerdo al criterio descrito en la nota 2 letra F).

Institución	2004 M\$	2003 M\$
Banco Security	8.904.290	5.908.100
Banco Crédito Inversiones	8.090.281	1.296.452
Banco Santander	7.618.668	3.210.138
Banco BICE	6.531.303	-
Corpbanca	5.343.810	450.872
Banco del Desarrollo	5.109.426	5.380.660
Banco de Chile	5.053.148	14.163
Deutsche Bank	2.504.481	-
BBVA Banco Bhif	-	4.678.493
Total	49.155.407	20.938.878

La tasa de interés nominal promedio de las colocaciones son las siguientes:

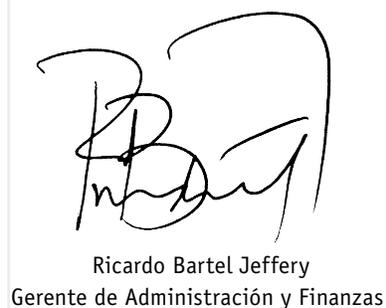
	2004 %	2003 %
Tasa de interés nominal	2,76	2,95



Ferdinand Bade Verdugo
Gerente de Contabilidad



Patricio Jottar Nasrallah
Gerente General



Ricardo Bartel Jeffery
Gerente de Administración y Finanzas



PricewaterhouseCoopers
RUT: 81.513.400-1
Santiago de Chile
Av. Andrés Bello 2711
Torre Costanera - Pisos 3, 4 y 5
Las Condes
Teléfono: (56) 940 0000

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

Santiago, 28 de enero de 2005

Señores Accionistas y Directores
Compañía Cervecerías Unidas S.A.

Hemos efectuado una auditoría a los balances generales consolidados de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y filiales al 31 de diciembre de 2004 y 2003 y a los correspondientes estados consolidados de resultados y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas. La preparación de dichos estados financieros (que incluyen sus correspondientes notas) es responsabilidad de la administración de Compañía Cervecerías Unidas S.A. Nuestra responsabilidad consiste en emitir una opinión sobre estos estados financieros, con base en las auditorías que efectuamos.

Nuestras auditorías fueron efectuadas de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile. Tales normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo con el objeto de lograr un razonable grado de seguridad de que los estados financieros están exentos de errores significativos. Una auditoría comprende el examen, a base de pruebas, de evidencias que respaldan los importes y las informaciones revelados en los estados financieros. Una auditoría comprende, también, una evaluación de los principios de contabilidad utilizados y de las estimaciones significativas hechas por la administración de la Sociedad, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros. Consideramos que nuestras auditorías constituyen una base razonable para fundamentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, los mencionados estados financieros consolidados presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y filiales al 31 de diciembre de 2004 y 2003, los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en Chile.



Eduardo Vergara D.
RUT: 6.810.153-0

		2004	2003
Vinos			
	Chile Mercado Nacional	503.290	505.048
	Chile Exportaciones	420.300	411.838
	Argentina	27.682	41.026
Pisco		69.704	31.854
Volumen Total de Ventas		11.353.772	10.898.084
Nota: Exportaciones Cervezas Argentina a Cervezas Chile		(38.844)	(36.316)
	Vinos Granel Chile Exportaciones	86.278	96.569
	Vinos Granel Argentina	26.418	155.981
Resultados Financieros (Millones de \$)			
Ingresos de explotación		420.638	393.666
Costos de explotación		202.622	193.934
Resultado operacional		58.707	47.009
R.A.I.I.D.A. (Resultado antes de Impuestos, Intereses, Depreciación y Amortización)		100.487	110.592
Gastos Financieros		5.930	5.803
Utilidad después de impuestos		45.394	55.440
Resultado no operacional		(6.178)	13.941
5.- RENTABILIDAD			
	Rentabilidad del patrimonio Definida como:	15,4%	15,1%
	$\frac{\text{Utilidad del Ejercicio}}{\text{Patrimonio Promedio}}$		
	Rentabilidad del Activo Definida como:	7,7%	8,8%
	$\frac{\text{Utilidad del Ejercicio}}{\text{Total activo promedio}}$		
	Rendimiento Activos Operacionales Definida como:	12,4%	9,8%
	$\frac{\text{Resultado operacional}}{\text{Total activos operacionales}}$		
	Utilidad por acción (\$) Definida como:	143	174
	$\frac{\text{Utilidad del Ejercicio}}{\text{Total acciones suscritas y pagadas}}$		
	No. acciones 318.502.872		
	Retorno de dividendos Definida como:	3,1%	23,1%
	$\frac{\text{Dividendos pagados últimos 12 meses}}{\text{Precio acción al cierre del período}}$		
6.- OTROS			
	Valor libro acción (\$) Definida como:	949	897
	$\frac{\text{Total Patrimonio}}{\text{No. total de acciones}}$		
	Valor bolsa de la acción en \$ corrientes al cierre de cada período	2.842	2.635

COMENTARIOS DEL GERENTE GENERAL:

El año 2004 fue muy positivo para CCU. La Compañía alcanzó récords en sus principales indicadores financieros: volúmenes de venta de 11,3 millones de hectólitros, ingresos de explotación de US\$755 millones, resultado operacional de US\$105 millones y EBITDA de US\$177 millones. Incrementamos la rentabilidad de todos nuestros segmentos de negocios.

El segmento de cervezas en Chile aumentó su resultado operacional 13,1% durante 2004, mejorando el mix de marcas hacia un mix más premium, destacándose las cervezas Heineken, Kunstmann, Budweiser y Royal. El mes de diciembre fue el mes de mayores ventas de cerveza en la historia de la Compañía, alcanzando volúmenes cercanos a 580.000 hectólitros. 2004 fue el segundo año consecutivo en que los ingresos de la industria cervecera crecieron más que el PIB en Chile, reflejando el éxito del Plan ACC (Aumento de Consumo de Cerveza) iniciado el año 2001.

El segmento de cervezas en Argentina mejoró su resultado operacional en US\$6,1 millones durante el año. Los precios aumentaron 8% en diciembre, terminando el año en US\$37 por HL, comparado con US\$30 por HL en diciembre de 2003. Adicionalmente, aumentamos nuestra participación de mercado a 15% el año 2004 de 14% el año 2003.

El segmento de gaseosas, minerales y néctares aumentó su resultado operacional 19,3% durante el año, aumentando los volúmenes de venta en todas sus categorías: 12,6% en néctares, 6,8% en aguas minerales y 1,4% en gaseosas. Durante el trimestre relanzamos Nobis, una tradicional marca de gaseosas, para ser usada estratégicamente frente las marcas de descuento.

El segmento vinos también mejoró su rendimiento, aumentando su resultado operacional 34,6% durante 2004, a pesar de menores volúmenes y la apreciación del peso chileno. Este fue el resultado del plan de racionalización de costos, gastos, disminución del número de productos y empaques, y la focalización en los principales mercados, implementado por Viña San Pedro desde fines de 2003 y de los mayores precios tanto en el mercado doméstico como en exportaciones al ser medidos en dólares.

El negocio del pisco se ha desarrollado de una manera muy positiva. Durante el trimestre, lanzamos "Ruta Sour Light", un cocktail con menos calorías y menos alcohol, comparado con "Ruta Sour". Sour light es una nueva categoría en la industria, la que actualmente posee un 5% del mercado del pisco.

Finalmente, durante el cuarto trimestre de 2004, refinanciamos nuestra deuda de largo plazo, aprovechando las bajas tasas de interés, con un nuevo crédito sindicado de US\$100 millones y bonos por UF2 millones. Adicionalmente, transformamos el crédito sindicado en un crédito con tasa fija en UF. Esta nueva deuda va a permitirle a CCU disminuir sus gastos financieros.

B. ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

1. LIQUIDEZ

La razón de liquidez muestra una mejora al 31 de diciembre de 2004 con respecto a la misma fecha del año anterior al pasar de 1,65 a 1,78, principalmente, por el aumento de \$6.477 millones en los rubros de disponible e inversiones financieras y el aumento de \$9.112 millones en cuentas por cobrar, esto último debido al importante aumento de las ventas en el mes de diciembre de 2004. Los pasivos circulantes, por su parte, se mantienen en rangos similares para ambos años.

La razón ácida muestra también una mejora respecto a diciembre del año anterior, al pasar esta de 1,17 a 1,32, explicándose la misma por razones similares a las señaladas anteriormente.

2. ENDEUDAMIENTO

La razón de endeudamiento muestra una mejora respecto a diciembre de 2003 al pasar de 0,93 a 0,83, principalmente, por la disminución neta de la deuda de corto y largo plazo en \$7.823 millones, que se explica por una disminución en Obligaciones con bancos e instituciones financieras de corto y largo plazo de \$21.935 millones y un aumento en obligaciones con el público (bonos) de \$14.112 millones. Lo anterior, producto de una reestructuración de pasivos de largo plazo efectuada por CCU S.A. durante el último trimestre, lo que permitió capturar los beneficios de las bajas tasas a dicha fecha como asimismo, adecuar los vencimientos de la deuda a las futuras necesidades de caja de la Compañía.

La composición de pasivos de corto y largo plazo, expresada como porcentaje sobre el total de los mismos, muestra para diciembre de 2004 un 50% en corto plazo y 50% en largo plazo. Explica la diferencia con el año anterior, principalmente, la disminución en la deuda de largo plazo experimentada por CCU S.A.

Con respecto a la Cobertura de gastos financieros, calculada sobre la utilidad antes de impuestos e intereses, disminuye respecto al mismo período del año anterior, al pasar este indicador de 11,5 a 9,9 veces. Más que explica esta variación la mayor utilidad en el año 2003, como consecuencia de la ganancia extraordinaria generada por la venta de la cervecera croata Karlovacka Pivovara d.d. (KP). Si el mismo índice se calcula sobre el Resultado de explotación, esta mejora al pasar de 8,1 a 9,9 veces. Los gastos financieros al 31 de diciembre de 2004 alcanzaron a \$5.930 millones, lo que representó un aumento de \$127 millones respecto a igual fecha del año anterior.

3. ACTIVIDAD

El total de activos se incrementa en \$577 millones, al pasar de \$591.664 millones a \$592.241 millones debido a un aumento en Activos circulantes, principalmente Disponible, Inversiones financieras y Cuentas por cobrar y a un aumento en Otros Activos, Inversión en empresas relacionadas e Intangibles (Marcas) parcialmente compensados por una disminución en Activos fijos, debido a que la tasa de depreciación excedió a la de incorporación de nuevas inversiones y a una disminución en el Menor valor de inversiones producto de la amortización ocurrida durante el año. Adicionalmente, se produce una disminución en los activos provenientes de las filiales en Argentina como consecuencia de la disminución del tipo de cambio peso/dólar.

El índice de rotación de inventarios presenta para el año 2004 un comportamiento similar al mostrado en el mismo período del año anterior, manteniéndose en 3,7 veces.

La permanencia de inventarios muestra una leve alza al cierre de este año respecto del año anterior al pasar de 96,9 a 97,9 días, principalmente, por un aumento en los inventarios promedios de cada año parcialmente compensado con un aumento en los costos de venta del período como consecuencia de los mayores volúmenes de ventas.

4. RESULTADOS ACUMULADOS A DICIEMBRE

Ventas Físicas Consolidadas

Las ventas físicas del año 2004 alcanzaron a 11,3 millones de hectólitros (11.315 mil hectólitros (MHLs.)), un aumento de 4,2% respecto del mismo período del año anterior. Este aumento se explica principalmente por la recuperación de la economía argentina después de la fuerte caída del año 2002, lo que se tradujo en que el segmento de cervezas en Argentina fue el de mayor impacto en el crecimiento con un aumento de 10,4%, equivalente a 198 MHLs. Por otro lado, el crecimiento en Chile también estuvo liderado por la categoría cervezas que creció 2,4%, ó 89 MHLs., debido en parte a la incorporación de la marca Heineken, a la mayor actividad económica y a los frutos obtenidos por el Plan ACC (Aumento de Consumo de Cerveza) iniciado el año 2001. Minerales en Chile creció 6,8%, ó 52 MHLs. y gaseosas aumentó 1,4%, ó 43 MHLs. Néctares continuaron con un crecimiento de dos dígitos, que viene mostrando desde el relanzamiento de la marca Watt's el año 1999 y aumentó en este caso 12,6%, equivalente a 43 MHLs. Adicionalmente, crecieron las exportaciones de vino envasado desde Chile 2,1%, ó 8 MHLs. Asimismo, hay que considerar el aporte del nuevo negocio del pisco en

Chile que creció 118,8%, ó 38 MHLs. Los crecimientos antes mencionados estuvieron parcialmente compensados por vinos en Argentina y en el mercado doméstico chileno que disminuyeron 32,5% y 0,3%, ó 13 MHLs. y 2 MHLs., respectivamente, debido al mayor foco puesto por Viña San Pedro en rentabilizar esos mercado por la vía de mejores márgenes.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

La utilidad del ejercicio alcanzó a \$45.394 millones, inferior en un 18,1% a la utilidad registrada el año anterior en que ésta llegó a \$55.440 millones.

Este menor resultado se explica, principalmente, por un mejor Resultado de explotación de \$11.698 millones y un menor Resultado fuera de explotación de \$20.119 millones, explicado este último por la ganancia extraordinaria generada en el año 2003 por la venta de la cervecera croata Karlovacka Pivovara d.d. (KP).

El detalle de las principales variaciones que explican el aumento de \$11.698 millones en el **Resultado de explotación**, equivalente a un 24,9% es el siguiente:

- **Ingresos de Explotación:** durante el año 2004 alcanzaron a \$420.638 millones, un aumento de 6,9%, ó \$26.972 millones con relación al año anterior, explicado por aumento en los volúmenes de venta de 4,2% y mayores precios promedio.

El aumento en los volúmenes se explica por los segmentos de cervezas, tanto en Chile como en Argentina, y los crecimientos en agua mineral, gaseosas, néctares y vinos de exportación, además del pisco. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por una ligera disminución en vinos domésticos y menores ventas de vinos de Argentina.

- **Margen de Explotación:** aumentó \$18.284 millones, 9,2% respecto del año anterior, alcanzando a \$218.016 millones. Este aumento se explica por el crecimiento de los ingresos parcialmente compensado por el incremento de 4,5% en los costos de explotación, los cuales alcanzaron a \$202.622 millones. Este incremento en los costos de explotación se debe principalmente al negocio del pisco y al negocio de cervezas en Argentina.

- **Resultado de Explotación:** aumentó \$11.698 millones, 24,9%, alcanzando a \$58.707 millones. Como porcentaje de las ventas aumentó desde 11,9% el año 2003 a 14,0% el año 2004.

El resultado de explotación mejoró en todos los segmentos:

- Cerveza en Chile aumentó \$5.223 millones, ó 13,1%, explicado principalmente por el aumento de los ingresos debido a los mayores volúmenes ya comentados y a mayores precios, además de los menores costos de explotación como porcentajes de las ventas.
- Cerveza en Argentina disminuyó su pérdida operacional en \$3.425 millones, ó 95,9%, explicado por mayores ingresos debido a mayores volúmenes y recuperación de los precios después de la devaluación, además de los menores costos de explotación y gastos de administración y ventas como porcentaje de las ventas.
- El segmento de gaseosas, minerales y néctares aumentó \$1.375 millones, ó 19,3%, explicado principalmente por el aumento de los ingresos y por menores costos de explotación y gastos de administración y ventas como porcentajes de las ventas.
- Vinos aumentaron \$1.222 millones, ó 34,6%, explicado principalmente por los menores costos de explotación y gastos de administración y ventas, parcialmente compensado por los menores ingresos.

Por otra parte, el **Resultado fuera de explotación** pasó de una utilidad de \$13.941 millones en el año 2003 a una pérdida de \$6.178 millones en el año 2004. Esta variación ascendente a \$20.119 millones más que se explica por una disminución en Utilidad inversión empresas relacionadas de \$20.177 millones, debido a la ganancia extraordinaria obtenida en la venta de la cervecera croata Karlovacka Pivovara d.d. (KP) durante el mes de marzo de 2003. El detalle de cada uno de los componentes del Resultado fuera de la explotación es el siguiente:

- **Ingresos Financieros:** disminuyeron respecto del año anterior, pasando de \$2.592 millones a \$111 millones, principalmente producto de la disminución de las tasas de interés real durante el año 2004 al mantenerse en rangos similares las tasas nominales durante ambos años pero con una inflación que alcanzó al 2,5% el año 2004 en comparación con el 1% que alcanzó el año anterior y a menores montos promedio en inversiones financieras durante el año 2004 en comparación con el año anterior. Adicionalmente, el promedio de las inversiones financieras durante el año 2004, comparadas con el año 2003, y calculadas sobre los saldos de cierre de cada mes, fueron inferiores en \$ 27.599 millones.

- **Utilidad Inversiones Empresas Relacionadas:** disminuyó de manera importante este ejercicio, al pasar de \$20.417 millones el año anterior a \$240 millones este año, principalmente por la utilidad extraordinaria producida en SBE, por la venta de su inversión en la cervecera croata KP a Heineken Adria d.o.o., con fecha 31 de marzo de 2003, y que alcanzó a los \$20.617 millones. Al 31 de diciembre de 2004 se registra la utilidad correspondiente a las inversiones en empresas relacionadas, esto es Cervecería Kunstmann S.A., Cervecería Austral S.A. y Calaf S.A.

- **Otros Ingresos Fuera de la Explotación:** aumentaron desde \$2.051 millones a \$3.982 millones este año, principalmente, por la utilidad registrada en la venta de un terreno propiedad de CCU S.A., y respecto del cual se reconoció un monto ascendente a \$3.108 millones, equivalente a un 60% de la utilidad total. El restante 40% se registró como una utilidad diferida, toda vez que la Compañía mantendrá una opción de compra sobre cierta cantidad de pisos del edificio que se construirán sobre dicho terreno.

- **Pérdida Inversión Empresas Relacionadas:** no existen pérdidas que registrar por inversión en empresas relacionadas al 31 de diciembre de este año. Al 31 de diciembre del año anterior se registró pérdidas ascendentes a \$184 millones provenientes, principalmente, de Cervecería Austral S.A.

- **Amortización Menor Valor de Inversiones:** bajó \$95 millones, al pasar de \$2.273 millones el año anterior a \$2.178 millones este año, debido al efecto de la baja del tipo de cambio sobre la amortización del ejercicio que proviene de CCU Argentina.

- **Gastos Financieros:** se mantuvieron en un nivel similar al pasar de \$5.803 millones el año anterior a \$5.930 millones este año, aumentando en \$127 millones respecto del año anterior.

- **Otros Egresos Fuera de la Explotación:** disminuyeron en \$1.696 millones, al pasar de \$4.153 millones el año 2003 a \$2.457 millones el año 2004, explicándose la disminución, principalmente, por la ausencia de cargos extraordinarios efectuados durante el año 2003 tales como participación extraordinaria de Directores en dividendo definitivo adicional, pagado durante el mes de mayo de 2003, ajuste extraordinario dentro del rubro Inversión en Otras Sociedades y cargos extraordinarios relacionados con activos fijos.

- **Corrección Monetaria:** mostró un resultado positivo de \$781 millones en relación con el resultado, también positivo, de \$1.251 millones el año anterior, explicándose el menor resultado para el presente período, principalmente, por el efecto combinado de una mayor inflación durante el año 2004 en relación con el año anterior y el Efecto inflacionario en diferencia de cambio.

- **Diferencias de Cambio:** el año 2003 alcanzó un resultado positivo de \$42 millones en comparación con un resultado negativo de \$726 millones el año 2004. Esta variación se explica por la alta volatilidad del tipo de cambio durante parte del año 2004, lo que afectó, principalmente, al negocio de exportación de VSP, compensándose parcialmente lo anterior por el Efecto inflacionario en diferencia de cambio.

A lo anterior se suman los siguientes efectos:

- **Impuesto a la Renta:** el cargo por impuesto a la renta aumentó en \$797 millones en relación con igual período del año anterior, principalmente por mayores cargos correspondientes a impuestos de años anteriores de \$377 millones y un mayor cargo neto por Impuesto diferido ascendente a \$388 millones. Este efecto neto de impuestos diferidos se descompone por cargos a resultado ascendentes a \$3.392 millones provenientes de diferencias temporales y un abono extraordinario a resultados de \$3.004 millones provenientes de la Filial CCU

Argentina debido al reconocimiento de un Impuesto diferido activo, originado en pérdidas tributarias respecto de las cuales se reversó parcialmente la provisión de valuación que se mantenía registrada a la fecha de los últimos estados financieros como al reconocimiento de otras diferencias temporales. Esta reversión se efectuó en base a los análisis realizados en dicha filial, al 31 de diciembre de 2004, y que permiten concluir con un razonable grado de certeza la generación de utilidades tributarias futuras.

- **Interés Minoritario:** pasa de \$450 millones al cierre del ejercicio 2003 a \$1.275 millones al cierre del presente ejercicio, principalmente, por los mejores resultados de CCU Argentina y, en menor medida, por los mejores resultados de VSP.

En cuanto al Resultado antes de Impuestos, Intereses, Depreciación y Amortización (RAIIDA), este pasa de \$110.592 millones el ejercicio anterior a \$100.487 millones el presente ejercicio, explicándose la disminución por los menores Resultados no operacionales, parcialmente compensados por mejores Resultados de la explotación, ya antes explicados.

5. RENTABILIDAD

La rentabilidad del patrimonio aumenta desde un 15,1% el año 2003 a un 15,4% el año 2004. La mejora en este índice se explica por una disminución del patrimonio promedio al cierre del año 2004, debido al pago de dividendos extraordinarios durante el año 2003, parcialmente compensados con una menor utilidad neta obtenida en el presente ejercicio, más que explicada por la ya antes mencionada ganancia no operacional extraordinaria por la venta de la cervecera croata Karlovacka Pivovara d.d. durante el año 2003, toda vez que el resultado de explotación aumenta en \$11.698 o 24,9% durante el año 2004 en comparación con el año anterior.

La rentabilidad del activo disminuye desde 8,8% a 7,7% como consecuencia de la menor utilidad registrada el año 2004 en comparación con el año 2003, parcialmente compensada con una disminución del activo promedio al cierre del año 2004.

En el caso del rendimiento de los activos operacionales, éste aumenta respecto del mismo ejercicio del año anterior, al pasar de un 9,8% a un 12,4%, principalmente por el mejor resultado operacional obtenido el año 2004, que se explica por mejores resultados en los negocios de cerveza en Chile y Argentina, gaseosas y vinos en Chile. Adicionalmente, los activos operacionales disminuyen debido a que la tasa de inversión en Activos fijos ha sido menor que la tasa de depreciación de los mismos y al efecto de la baja en el tipo de cambio sobre los activos de las filiales en Argentina.

La disminución en la Utilidad por acción al 31 de diciembre de 2004, respecto a la misma fecha del año anterior, al pasar ésta de \$174 a \$143 por acción, se explica por los menores resultados no operacionales y mejores resultados operacionales durante el año 2004, ya antes explicados.

Con relación al Retorno de dividendos, este indicador presenta una disminución de 20 puntos porcentuales para el año 2004 en comparación con el año anterior, al pasar de 23,1% a 3,1%, variación más que explicada por los dividendos definitivos eventuales N° 222, 224 y 225 equivalentes a \$177,00; \$235,00 y \$117,67 por acción respectivamente.

6. DIFERENCIAS ENTRE VALOR LIBROS Y EL VALOR DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES ACTIVOS

Los estados financieros al 31 de diciembre de 2004 han sido preparados de acuerdo con principios contables generalmente aceptados y normas generales y específicas de la Superintendencia de Valores y Seguros, organismo bajo cuya fiscalización se encuentra la Compañía. La valorización de los activos incluye el ajuste por corrección monetaria y provisiones para llevar algunos de los bienes raíces de carácter prescindible a su probable valor de mercado.

Existen activos que tienen un valor de mercado significativo y que no se encuentran reflejados en los estados financieros, como son las marcas que la Compañía y sus filiales poseen y ciertos activos disponibles para la venta (bienes raíces y activos fijos) que se encuentra a su valor libro y no en su valor de mercado. Con excepción de lo anterior los activos reflejan en general su valor de mercado.

7. ANALISIS DE LOS MERCADOS, COMPETENCIA Y PARTICIPACION RELATIVA

Competencia y participaciones de Mercado:

Cervezas en Chile:

En este segmento CCU es líder, con una participación de mercado estimada en 90% acumulada a septiembre de 2004, dos puntos mayor a la que tenía un año antes. El principal competidor es Cervecerías Chile (Quilmas de Argentina). Las participaciones de mercado se actualizan cuando Quilmes hace públicos sus resultados trimestrales.

Cervezas en Argentina:

CCU Argentina tenía una participación de mercado de 15% el año 2004. El principal competidor es Quilmes, con una participación de 78%, que incluye la participación de Brahma luego del acuerdo entre Quilmes y AmBev, según estimaciones de la Cámara Cervecera Argentina. Para año 2003 la participación de mercado de CCU Argentina fue 14%.

Gaseosas en Chile:

De acuerdo a AC Nielsen, ECUSA tenía una participación de mercado para el año 2004 de 22%. Sus principales competidores son los embotelladores de Coca-Cola con 66% de participación, y las marcas privadas de supermercados y segundas marcas con 12% de participación. El año anterior la participación de mercado de ECUSA fue 23%.

Néctares en Chile:

De acuerdo a AC Nielsen, ECUSA tenía una participación de mercado para el año 2004 de 52% en el segmento de néctares en botella. Sus principales competidores son los embotelladores de Coca-Cola (néctar Andina y Andifrut) con 31% de participación y Yuz con 7% del mercado. El año anterior la participación de mercado de ECUSA fue similar.

Minerales en Chile:

De acuerdo a AC Nielsen, ECUSA tenía una participación de mercado para el año 2004 de 64%. Su principal competidor es Vital con 30% de participación. El año anterior la participación de mercado de ECUSA fue similar.

Vinos en Chile Mercado Nacional:

En el mercado doméstico, Viña San Pedro, de acuerdo a estimaciones de AC Nielsen, tenía una participación de mercado para el año 2004 de 17%, siendo sus principales competidores Viña Concha y Toro y Viña Santa Rita con 25% ambas compañías. El año anterior Viña San Pedro tenía una participación similar.

Vinos en Chile Exportación Envasados:

En este mercado Viña San Pedro (VSP), de acuerdo a estimaciones de la Asociación de Viñas de Chile, tenía una participación de mercado en volumen acumulada a noviembre de 2004 de 15%. Sus principales competidores son Viña Concha y Toro y Viña Santa Rita con 30% y 6%, respectivamente. El año anterior la participación de mercado de Viña San Pedro fue 18%, la disminución se explica por el proceso de racionalización de mercados que llevó a cabo VSP durante 2004, priorizando la rentabilidad del negocio en vez del crecimiento de éste.

8. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Al 31 de diciembre de 2004 se generó un flujo neto total del período negativo de \$5.862 millones que se explica, principalmente, por el flujo positivo generado Actividades de la Operación, que alcanzó a \$78.355 millones y los flujos negativos generados por las Actividades de Financiamiento y de Inversión, que alcanzaron a \$ 39.683 millones y \$44.533 millones respectivamente. El resultado positivo proveniente de Actividades de la Operación se explica, en lo principal, por los flujos de caja generados por los negocios de cervezas en Chile y Argentina y por el negocio de gaseosas, donde la recaudación de deudores por ventas excedió largamente lo pagado a proveedores y empleados e impuestos pagados al Fisco. El resultado negativo proveniente de Actividades de Financiamiento se explica, principalmente, por el pago de dividendos por \$ 28.886 millones y por el término de las operaciones de factoring con un resultado neto de \$11.388 millones. El resultado negativo proveniente de las Actividades de inversión se explica, principalmente, por la incorporación de activos fijos, \$31.880 millones, por inversiones permanentes, \$4.193 millones e inversiones en instrumentos financieros por \$13.901 millones, parcialmente compensados por ingresos originados en ventas de activos fijos. Lo anterior se tradujo en una disminución del saldo final de efectivo y efectivo equivalente que pasó de \$68.015 millones el 31 de diciembre de 2003 a \$60.199 millones el 31 de diciembre de 2004, considerando el Efecto de la inflación sobre el efectivo y efectivo equivalente.

9. ANALISIS DE RIESGO CAMBIARIO Y TASAS DE INTERES

La Compañía mantiene, en general, calzada su exposición en moneda extranjera por la vía de realizar operaciones de derivados o de utilizar el mecanismo de protección de Boletín Técnico N°64 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

La Matriz mantiene deudas bancarias en dólares de largo plazo por US\$100,4 millones equivalentes a \$55.943 millones, a 5 años plazo, con pago de intereses trimestrales a partir del mes de febrero de 2005 y con un pago único de capital a la fecha de vencimiento en noviembre de 2009. Este crédito se encuentra cubierto frente a las variaciones del tipo de cambio mediante contratos de “cross currency swap” por un monto equivalente a US\$100 millones. Al 31 de diciembre, y con motivo del prepago del anterior crédito sindicado (Deutsche Bank/BBVA) durante noviembre, la Compañía ha dejado de utilizar el mecanismo de hedgear parte de sus pasivos en dólares contra las inversiones que mantiene en el exterior, de acuerdo a lo permitido por el Boletín Técnico N° 64 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

Adicionalmente, la Matriz mantiene deudas en UF (Obligaciones con el público, Bonos) ascendentes a \$34.751 millones en tanto la filial Viña San Pedro mantiene deudas en UF con bancos ascendentes a \$2.626 millones.

Viña San Pedro, a su vez, mantiene pasivos con bancos por US\$51,5 millones equivalentes a \$28.696 millones, parte de los cuales se encuentran cubiertos con las cuentas por cobrar en dólares de las exportaciones. Por la diferencia, mantiene contratos de cobertura que ascienden a US\$24,5 millones, equivalentes a \$13.960 millones.

CCU Argentina mantiene pasivos con bancos por US\$24,5 millones equivalentes \$13.635 millones, los cuales se encuentran sin cobertura.

Desde el punto de vista de la tasa de interés, los pasivos que la Matriz mantiene en UF (Obligaciones con el público, Bonos) se encuentran a una tasa de interés fija en UF, en tanto su deuda bancaria en dólares (crédito sindicado) está a una tasa de interés variable en dólares. Respecto de esta deuda en dólares, el 100% de ella se encuentra reexpresada en Unidades de Fomento a una tasa de interés fija debido a la existencia de contratos de Cross Currency Swap, ya antes mencionado. Por su parte, las deudas bancarias de las filiales Viña San Pedro y CCU Argentina se encuentran todas pactadas a una tasa de interés variable. La Compañía considera razonable la proporción de tasas de interés resultante, esto es un 68% tasa de interés fija y 32% tasa de interés variable.

Por su parte, la filial CCU Argentina mantenía al 31 de diciembre un descalce de partidas monetarias denominadas en pesos argentinos, ascendente a \$Arg 15,1 millones, posición activa neta. El efecto de la devaluación del peso argentino sobre los descalces de partidas monetarias en pesos argentinos producidos sobre los saldos de

cierre para el período enero a diciembre, al pasar de 2,93 pesos argentinos por dólar estadounidense al 31 de diciembre 2003 a 2,98 pesos argentinos por dólar estadounidense al 31 de diciembre 2004, ha significado una pérdida por Ajuste de traducción en dicha filial, al 31 de diciembre, por un monto de \$32,6 millones, lo que al nivel consolidado y neto del efecto del Interés Minoritario, significó para CCU S.A. consolidado, un impacto negativo en sus resultados de \$29,1 millones.

Por otro lado, Finca La Celia, filial en Argentina de Viña San Pedro, mantenía al 31 de diciembre un descalce de partidas monetarias denominadas en pesos argentinos, ascendente a \$Arg 6,9 millones, posición activa neta. El efecto de la devaluación del peso argentino sobre los descalces de partidas monetarias en pesos argentinos producidos sobre los saldos de cierre para el período enero a diciembre, al pasar de 2,93 pesos argentinos por dólar estadounidense el 31 de diciembre 2003 a 2,98 pesos argentinos por dólar estadounidense el 31 de diciembre 2004, ha significado una pérdida por Ajuste de traducción en dicha filial, al 31 de diciembre, por un monto de \$30,3 millones, lo que al nivel consolidado y neto del efecto del Interés Minoritario, significó para CCU S.A. consolidado, un impacto negativo en sus resultados de \$18,3 millones.

Finalmente, y en relación con la composición de moneda nacional y extranjera tanto para los Ingresos de explotación como Costos de explotación, el detalle es el siguiente:

Los Ingresos de explotación se descomponen de 77,5% en pesos, 13,1% en dólares y 9,5% en pesos argentinos. Los ingresos en dólares provienen en su gran mayoría, de las exportaciones que realiza Viña San Pedro S.A., en tanto los ingresos en pesos argentinos provienen de CCU Argentina y FLC.

Los Costos de explotación, que representan un 48,2% del total de los Ingresos de explotación, se descomponen, a su vez, de 49,3% en pesos, 38,7% dólar o indexados a dicha moneda y 12,0% en pesos argentinos, por lo tanto como porcentaje de los ingresos corresponden a 23,8% en pesos, 18,6% en dólares y 5,8% en pesos argentinos.

Estados Financieros Individuales

COMPAÑÍA CERVECERIAS UNIDAS S.A.
31 de diciembre 2004

Contenido

Balance General Individual	
Estado de Resultado Individual	
Estado de Flujo de Efectivo Individual	
Notas a los Estados Financieros Individuales	
Informe de los Auditores Independientes	
\$	Pesos chilenos
M\$	Miles de pesos chilenos
US\$	Dólares estadounidenses
UF	Unidades de fomento
Arg\$	Pesos argentinos

Balance General Individual

ACTIVOS	Al 31 de diciembre de	
	2004 M\$	2003 M\$
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTES	76.411.640	73.652.536
Disponibles	2.331.361	31.448
Depósitos a plazo	49.154.386	20.937.853
Valores negociables (neto)	3.052.561	19.482.522
Deudores por venta (neto)	28.351	46.268
Deudores varios (neto)	358.839	842.302
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas	10.058.282	16.937.549
Existencias (neto)	53.321	55.593
Impuestos por recuperar	1.913.782	277.410
Gastos pagados por anticipado	275.968	108.267
Impuestos diferidos	79.240	206.198
Otros activos circulantes	9.105.549	14.727.126
TOTAL ACTIVOS FIJOS	114.206.603	122.760.411
Terrenos	4.902.474	4.902.474
Construcción y obras de infraestructura	44.219.398	43.988.101
Maquinarias y equipos	115.960.936	114.302.512
Otros activos fijos	81.931.549	76.903.631
Mayor valor por retasación técnica de activo fijo	2.737.452	2.737.452
Depreciación acumulada (menos)	(135.545.206)	(120.073.759)
TOTAL OTROS ACTIVOS	442.386.657	435.219.407
Inversiones en empresas relacionadas	373.568.285	380.773.294
Inversiones en otras sociedades	12.814	27.938
Menor valor de inversiones	14.664.648	15.744.288
Mayor valor de inversiones (menos)	(89.997)	(97.056)
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas largo plazo	34.380.896	18.977.382
Intangibles	86.489	86.489
Amortización (menos)	(76.394)	(67.742)
Otros	19.839.916	19.774.814
TOTAL ACTIVOS	633.004.900	631.632.354

PASIVOS Y PATRIMONIO	Al 31 de diciembre de	
	2004 M\$	2003 M\$
TOTAL PASIVOS CIRCULANTES	20.520.311	26.138.878
Obligaciones con bancos e instituciones financieras a largo plazo - porción corto plazo	202.894	245.405
Obligaciones con el público (bonos)	1.848.532	1.705.773
Dividendos por pagar	9.248.809	11.495.132
Cuentas por pagar	1.863.903	2.188.512
Documentos por pagar	-	43.523
Acreedores varios	973.851	2.054.501
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas	765.120	2.937.750
Provisiones	2.657.477	2.467.496
Retenciones	2.859.209	2.748.178
Otros pasivos circulantes	100.516	252.608
TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	310.380.844	319.752.588
Obligaciones con bancos e instituciones financieras	55.740.000	82.167.075
Obligaciones con el público largo plazo (bonos)	32.902.395	18.932.774
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	190.975.880	184.357.575
Provisiones largo plazo	5.789.788	8.225.616
Impuestos diferidos a largo plazo	12.113.792	11.359.131
Otros pasivos a largo plazo	12.858.989	14.710.417
TOTAL PATRIMONIO	302.103.745	285.740.888
Capital pagado	174.225.237	174.225.237
Sobrepeso en venta de acciones propias	13.625.673	13.625.673
Otras reservas	308.948	3.519.965
Utilidades retenidas	113.943.887	94.370.013
Utilidades acumuladas	77.512.308	49.914.101
Utilidad del ejercicio	45.393.866	55.440.327
Dividendos provisorios (menos)	(8.599.577)	(10.773.360)
Déficit acumulado período de desarrollo	(362.710)	(211.055)
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	633.004.900	631.632.354

Las notas adjuntas No.1 a 31 forman parte integral de estos estados financieros.

Estado de Resultados Individual

	Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de	
	2004 M\$	2003 M\$
RESULTADO DE EXPLOTACION	18.166.532	18.354.188
MARGEN DE EXPLOTACION	33.708.398	33.319.663
Ingresos de explotación	49.482.138	48.982.362
Costos de explotación (menos)	(15.773.740)	(15.662.699)
Gastos de administración y ventas (menos)	(15.541.866)	(14.965.475)
RESULTADO FUERA DE EXPLOTACION	29.319.270	37.363.932
Ingresos financieros	15.642	2.473.129
Utilidad inversiones empresas relacionadas	29.999.873	40.353.748
Otros ingresos fuera de la explotación	4.920.635	1.150.864
Pérdida inversión empresas relacionadas (menos)	(472)	(5.593.723)
Amortización menor valor de inversiones (menos)	(1.076.766)	(1.076.766)
Gastos financieros(menos)	(6.247.435)	(5.732.837)
Otros egresos fuera de la explotación (menos)	(1.004.556)	(4.818.799)
Corrección monetaria	1.528.953	1.726.408
Diferencias de cambio	1.183.396	8.881.908
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	47.485.802	55.718.120
Impuesto a la renta	(2.098.995)	(284.852)
UTILIDAD LIQUIDA	45.386.807	55.433.268
Amortización mayor valor de inversiones	7.059	7.059
UTILIDAD DEL EJERCICIO	45.393.866	55.440.327

Las notas adjuntas No.1 a 31 forman parte integral de estos estados financieros.

Estado de Flujo de Efectivo Individual

	Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de	
	2004 M\$	2003 M\$
FLUJO NETO ORIGINADO POR ACTIVIDADES DE LA OPERACION	44.856.329	57.874.557
Recaudación de deudores por venta	57.968.369	59.811.276
Ingresos financieros percibidos	88.594	2.454.466
Dividendos y otros repartos percibidos	32.708.301	30.701.488
Otros ingresos percibidos	1.655.896	358.721
Pago a proveedores y personal (menos)	(22.812.454)	(20.687.942)
Intereses pagados (menos)	(4.503.760)	(3.925.506)
Impuesto a la renta pagado (menos)	(621.991)	(2.536.398)
Otros gastos pagados (menos)	(10.206.050)	(158.119)
IVA y otros similares pagados (menos)	(9.420.576)	(8.143.429)
FLUJO NETO ORIGINADO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	(7.155.517)	18.952.570
Obtención de préstamos	60.201.063	93.578.734
Obligaciones con el público	33.688.629	-
Préstamos documentados de empresas relacionadas	-	66.974.524
Obtención de otros préstamos de empresas relacionadas	30.317.087	86.937.204
Otras fuentes de financiamiento	31.328	6.300
Pago de dividendos (menos)	(28.602.829)	(192.336.457)
Pago de préstamos (menos)	(81.933.606)	(14.594.641)
Pago de obligaciones con el público (menos)	(20.857.189)	(1.398.690)
Pago de préstamos documentados de empresas relacionadas (menos)	-	(20.214.360)
Otros desembolsos por financiamiento (menos)	-	(44)
FLUJO NETO ORIGINADO POR ACTIVIDADES DE INVERSION	(42.338.870)	(102.769.978)
Ventas de activo fijo	7.954.823	971.809
Ventas de inversiones permanentes	2.460	-
Ventas de otras inversiones	-	38.454
Recaudación de otros préstamos a empresas relacionadas	-	1.983.543
Otros ingresos de inversión	-	267.110
Incorporación de activos fijos (menos)	(8.157.695)	(4.019.306)
Inversiones permanentes (menos)	-	(101.546.367)
Inversiones en instrumentos financieros (menos)	(13.901.342)	(25.852)
Otros préstamos a empresas relacionadas (menos)	(28.237.116)	(439.369)
FLUJO NETO TOTAL DEL PERIODO	(4.638.058)	(25.942.851)
Efecto de la inflación sobre el efectivo y efectivo equivalente	(1.349.135)	(625.782)
Variación neta del efectivo y efectivo equivalente	(5.987.193)	(26.568.633)
Saldo inicial de efectivo y efectivo equivalente	54.882.131	81.450.764
SALDO FINAL DE EFECTIVO Y EFECTIVO EQUIVALENTE	48.894.938	54.882.131

Las notas adjuntas No.1 a 31 forman parte integral de estos estados financieros.

Conciliación entre el Flujo Neto Originado por Actividades de la Operación y el Resultado del Ejercicio

	Al 31 de diciembre de	
	2004 M\$	2003 M\$
UTILIDAD DEL EJERCICIO	45.393.866	55.440.327
Resultado en venta de activos:	(3.162.955)	(867.758)
Utilidad en venta de activos fijos	(3.175.620)	(867.758)
Pérdida en venta de inversiones	12.665	-
Cargos (Abonos) a resultado que no representan flujo de efectivo	(16.692.175)	(28.006.436)
Depreciación del ejercicio	15.655.903	16.357.641
Amortización de intangibles	8.652	8.652
Castigos y provisiones	(25.450)	992.531
Utilidad devengada en inversiones en empresas relacionadas (menos)	(29.999.873)	(40.353.748)
Pérdida devengada en inversiones en empresas relacionadas	472	5.593.723
Amortización menor valor de inversiones	1.076.766	1.076.766
Amortización mayor valor de inversiones (menos)	(7.059)	(7.059)
Corrección monetaria neta	(1.528.953)	(1.726.408)
Diferencia de cambio neta	(1.183.396)	(8.881.908)
Otros abonos a resultado que no representan flujo de efectivo (menos)	(2.105.972)	(3.401.117)
Otros cargos a resultado que no representan flujo de efectivo	1.416.735	2.334.491
Variación de activos, que afectan al flujo de efectivo (aumentos) disminuciones	22.881.497	29.058.742
Deudores por ventas	(5.215.563)	(1.157.503)
Existencias	11.249	157.104
Otros activos	28.085.811	30.059.141
Variación de pasivos, que afectan al flujo de efectivo aumentos (disminuciones)	(3.563.904)	2.249.682
Cuentas por pagar relacionadas con el resultado de la explotación	(543.418)	815.858
Intereses por pagar	2.056.921	2.187.261
Impuesto a la renta por pagar (neto)	(938.591)	(654.127)
Otras cuentas por pagar relacionadas con el resultado fuera de explotación	(4.259.194)	169.278
IVA y otros similares por pagar (neto)	120.378	(268.588)
FLUJO NETO ORIGINADO POR ACTIVIDADES DE LA OPERACION	44.856.329	57.874.557

Las notas adjuntas No.1 a 31 forman parte integral de estos estados financieros.

Notas a los Estados Financieros Individuales

Compañía Cervecerías Unidas S.A. (al 31 de diciembre 2004 y 2003)

NOTA 1 INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE VALORES

La Compañía se encuentra inscrita en el Registro de Valores bajo el No.0007 y está sujeta a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros.

Con fecha 5 de julio de 1996, la Compañía estableció una agencia en Islas Caimán, denominada Compañía Cervecerías Unidas S.A., Cayman Islands Branch, quedando inscrita como compañía extranjera en el registro de Compañías de las Islas Caimán, bajo el No.67115, todo ello de conformidad con la legislación aplicable en dichas islas.

NOTA 2 RESUMEN DE PRINCIPALES CRITERIOS CONTABLES APLICADOS

a) Período contable

Los presentes estados financieros comprenden los ejercicios terminados el 31 de diciembre 2004 y 2003.

b) Bases de preparación

Los presentes estados financieros individuales han sido preparados de acuerdo con normas impartidas por la Superintendencia de Valores y Seguros, las cuales concuerdan con principios de contabilidad generalmente aceptados en Chile, excepto por las inversiones en filiales, las que están registradas en una sola línea del balance general a su Valor Patrimonial Proporcional y, por lo tanto, no han sido consolidadas línea a línea. Este tratamiento no modifica el resultado neto del ejercicio ni el patrimonio.

En el caso de existir discrepancias entre los principios de contabilidad generalmente aceptados emitidos por el Colegio de Contadores de Chile A.G. y las normas impartidas por la Superintendencia de Valores y Seguros, primarán estas últimas.

Estos estados financieros han sido emitidos solo para efectos de hacer un análisis individual de la Sociedad y en consideración a ello, deben ser leídos en conjunto con los estados financieros consolidados, que son requeridos por los principios de contabilidad generalmente aceptados en Chile.

c) Bases de presentación

Para fines comparativos, las cifras de los estados financieros y notas explicativas del ejercicio anterior han sido actualizadas extracontablemente en el porcentaje de variación del Índice de Precios al Consumidor, que para el período comprendido entre el 1 de diciembre de 2003 y el 30 de noviembre 2004, ascendió a 2,5%. Adicionalmente, se han efectuado algunas reclasificaciones menores.

d) Corrección monetaria

Los presentes estados financieros han sido ajustados para reconocer los efectos de la variación en el poder adquisitivo de la moneda ocurrida en los respectivos ejercicios. Para estos efectos se han aplicado las disposiciones vigentes, que establecen que los activos y pasivos no monetarios al cierre de cada ejercicio y el patrimonio inicial y sus variaciones, deben actualizarse con efecto en resultados. Además, los saldos de las cuentas de resultados fueron ajustados monetariamente para expresarlos a valores de cierre. Las actualizaciones han sido determinadas a base de los índices oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas, que dieron origen a un 2,5% para el período comprendido entre el 1 de diciembre de 2003 y el 30 de noviembre 2004 (1,0% para igual período del año anterior).

e) Bases de conversión

Los saldos en moneda extranjera y unidades reajustables incluidos en el balance, han sido traducidos a pesos al cierre de cada ejercicio, de acuerdo al tipo de cambio informado por el Banco Central de Chile y al valor de cierre de la unidad reajutable.

	2004 \$	2003 \$
Unidad de fomento (UF)	17.317,05	16.920,00
Dólar estadounidense (US\$)	557,40	593,80
Euro (EURO)	760,13	744,95

f) Depósitos a plazo

Los depósitos a plazo se presentan al valor de inversión, más intereses y reajustes devengados.

g) Valores negociables

Las inversiones presentadas bajo este rubro han sido valorizadas de la siguiente forma:

- Acciones que no representan capacidad de ejercer influencia significativa.
Se presentan valorizadas al menor valor entre el costo de adquisición corregido monetariamente y el valor bursátil de la cartera de acciones.
- Las inversiones en cuotas de fondos mutuos, se valorizan al valor de rescate de la cuota al cierre de cada ejercicio.

h) Provisión para deudores de dudosa recuperación

Se han constituido provisiones para cubrir cuentas por cobrar de dudosa recuperación, las que han sido determinadas principalmente, sobre la base de un análisis por antigüedad de saldos vencidos, bajo los siguientes parámetros:

Desde	61-90	91-120	121-180	más de 180 días
Deudores por ventas de productos	20%	30%	60%	100%
Deudores por garantías de envases	0%	0%	60%	100%
Documentos en cobranza judicial				
Documentos por ventas de productos	100%	-	-	-
Documentos por garantías de envases	100%	-	-	-

Los documentos protestados, desde 31 días vencidos, se provisionan en un 100%.

Dichas provisiones se presentan deducidas de deudores por ventas y deudores varios.

La provisión determinada bajo los parámetros antes descritos, resulta razonable según la administración para cubrir la eventual incobrabilidad.

i) Cuentas mercantiles con sociedades relacionadas

Los saldos mostrados en cuentas por cobrar y por pagar con sociedades relacionadas se presentan valorizados de acuerdo a las cláusulas establecidas en los contratos mercantiles que se han suscrito con dichas sociedades. Al cierre de cada ejercicio, la Compañía ha clasificado en el corto plazo aquella porción de la deuda que se estima será cancelada en el transcurso de los próximos doce meses.

j) Existencias

Se presentan bajo este rubro las existencias de la Compañía que se estima tendrán rotación efectiva dentro de un año.

Las existencias de materias primas y materiales se presentan valorizados al costo de adquisición corregido monetariamente. Los valores determinados en la forma antes descrita no exceden a los respectivos valores netos de realización y de reposición.

La Compañía provisiona las existencias obsoletas de acuerdo a informes técnicos emitidos por las unidades responsables de su control.

k) Gastos pagados por anticipado

Bajo este rubro se presentan los saldos de los servicios contratados que no han sido recibidos a la fecha de cierre.

l) Otros activos circulantes

Bajo este rubro se presentan principalmente los siguientes conceptos:

- Inversiones en instrumentos del Banco Central de Chile y otras instituciones adquiridos con compromiso de retroventa, los cuales han sido valorizados de acuerdo a los costos de inversión más intereses y reajustes devengados.
- Menor valor determinado en la colocación de bonos de diciembre 2004 que será amortizado dentro de los doce meses siguientes.
- Gastos asociados a la obtención de financiamiento, que serán amortizados dentro de los doce meses siguientes.
- Materiales por consumir en el corto plazo.

m) Activo fijo

Estos bienes se valorizan al costo de adquisición corregido monetariamente, neto de provisiones por obsolescencia.

Además, se ha dado reconocimiento al mayor valor por retasación técnica de activos fijos efectuada en el año 1979, en conformidad a lo establecido en la Circular No.1529 de la Superintendencia de Valores y Seguros.

La depreciación se ha calculado en forma lineal sobre la base de los años de vida útil restante estimada de los respectivos bienes.

n) Envases y garantías de envases

Los envases se presentan a su valor de costo más corrección monetaria, netos de provisiones por obsolescencia.

Los envases de vidrio se deprecian en forma lineal en un período de ocho años y los envases plásticos retornables en cuatro años. Los casilleros y cajas plásticas se deprecian en forma lineal en un período de diez años.

El pasivo por garantías de envases en circulación se determina a base de una estimación de las devoluciones esperadas respecto al total del valor de las garantías vigentes. Dicha estimación se determina a base de un

recuento físico practicado a los envases en poder de los clientes más una estimación de aquellos en poder de los consumidores finales, establecida en función de estudios técnicos independientes y de antecedentes históricos.

En el pasivo de corto plazo se presenta esta obligación por aquellas garantías cubiertas por documentos por cobrar que se presentan en el activo circulante. Las restantes garantías se presentan en el pasivo a largo plazo.

ñ) Inversiones en empresas relacionadas

Las inversiones en acciones y en derechos en sociedades, con capacidad de ejercer influencia significativa sobre la Sociedad emisora, se presentan valorizadas de acuerdo a la metodología del Valor Patrimonial Proporcional (VPP), dando reconocimiento a la participación en los resultados sobre base devengada. Consecuentemente con el tratamiento antes descrito, los resultados no realizados originados por transacciones intercompañías han sido eliminados.

No se han efectuado adquisiciones con posterioridad al año 2003, por lo que no se ha dado aplicación al Boletín Técnico No. 72 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

Las filiales que presentan patrimonio negativo se presentan valorizadas en un peso y se han constituido las provisiones para cubrir eventuales pérdidas adicionales por obligaciones a las que podría verse enfrentada la Compañía.

Respecto a la inversión en Argentina en Compañía Industrial Cervecera S.A., efectuada a través de la filial Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A., y dada la situación imperante en dicho país, se han efectuado análisis críticos del eventual deterioro del valor, habiéndose concluido que no se requiere ajuste alguno por este concepto.

La moneda de control de esta inversión corresponde al dólar estadounidense y la diferencia de conversión se contabiliza en el patrimonio en la cuenta denominada "Ajuste Acumulado por Diferencia de Conversión" de acuerdo al Boletín Técnico No.64 de Colegio de Contadores de Chile A.G.

o) Mayor y menor valor de inversiones

Las diferencias producidas entre el costo de las inversiones a la fecha de compra y el Valor Patrimonial Proporcional (VPP) a esa fecha, se ha imputado a la cuenta Menor o Mayor Valor de Inversiones según corresponda, amortizándose con cargo o abono a resultados en un plazo máximo de 20 años. La determinación de los plazos de amortización se ha realizado considerando aspectos tales como la naturaleza y características del negocio y los plazos estimados de retorno de las inversiones.

p) Intangibles

Se presenta bajo este rubro las marcas comerciales, que han sido valorizadas a su costo de adquisición corregido monetariamente neto de amortizaciones. Los plazos de amortización se han establecido de acuerdo con los flujos que la Compañía estima producirán estas marcas, de acuerdo con los antecedentes de que dispone, los cuales exceden el período máximo de 20 años en el que actualmente se amortizan conforme a lo dispuesto en el Boletín Técnico No.55 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

q) Otros activos - otros

Bajo este rubro se presentan principalmente los siguientes conceptos:

- Activos fijos considerados prescindibles y susceptibles de ser enajenados, los que han sido ajustados a sus probables valores de realización, cuando este valor es menor que el valor libro.
- Menor valor determinado en la colocación de bonos que serán amortizados en el largo plazo.
- Gastos asociados a la obtención de financiamiento que serán amortizados en el plazo de los respectivos créditos.

r) Indemnización por años de servicio

La Compañía ha acordado con su personal acogido a convenio colectivo, el pago de indemnizaciones por años de servicio a todo evento. Esta provisión se presenta bajo el pasivo a largo plazo y ha sido calculada a base del método del valor actual con una tasa de descuento del 7% anual, considerando el costo devengado de la obligación sobre la base de la antigüedad que tendrá el personal hasta la fecha de jubilación de cada trabajador.

s) Impuesto a la renta e impuestos diferidos

La Sociedad provisiona los impuestos a la renta sobre base devengada, de conformidad a las disposiciones legales vigentes.

Los efectos de impuestos diferidos originados por las diferencias entre el balance financiero y el balance tributario, se registran por todas las diferencias temporales, considerando la tasa de impuesto que estará vigente a la fecha estimada de reverso. Los efectos derivados de los impuestos diferidos existentes a la fecha de implantación del Boletín Técnico No.60 y no reconocidas anteriormente, se reconocen en resultados a medida que las diferencias temporales se reversan.

t) Gastos en investigación y desarrollo

Los gastos de estudio, optimización, y/o evaluación de nuevos proyectos, son cargados a los resultados del ejercicio en que se incurren.

Al respecto, no se ha incurrido en gastos de investigación que requieran ser expuestos conforme a lo definido en la Circular No.981 de la Superintendencia de Valores y Seguros.

u) Software computacional

El costo de adquisición de los software adquiridos como paquetes computacionales se difiere y amortiza linealmente en un período de cuatro años, salvo el software PeopleSoft, el cual se amortiza en un plazo de siete años.

v) Vacaciones del personal

El costo de las vacaciones del personal se reconoce sobre base devengada.

w) Ingresos de explotación

Los ingresos por arriendos y servicios de asistencia técnica a filiales se presentan sobre base devengada.

Asimismo los ingresos por ventas de los bienes del giro se reconocen al momento del despacho físico del producto, conjuntamente con la transferencia al comprador de los riesgos y beneficios de propiedad de los mismos.

x) Obligaciones con el público

Se presenta en este rubro la obligación por la colocación de bonos emitidos por la Compañía, a su valor nominal más reajustes e intereses devengados. La diferencia producida entre el valor par y el valor de colocación se difiere y amortiza en el plazo de la colocación.

y) Estado de flujo de efectivo

Se considera como efectivo y efectivo equivalente el disponible y todas aquellas inversiones financieras de fácil liquidación, pactadas a un máximo de noventa días, incluyendo instrumentos tales como depósitos a plazo, fondos mutuos no accionarios y pactos de retroventa.

Bajo flujos originados por actividades de operación se incluyen todos aquellos flujos de efectivo relacionados con el giro social, incluyendo además los intereses pagados, los ingresos financieros y, en general, todos aquellos flujos que no están definidos como de inversión o financiamiento. Cabe destacar que el concepto operacional utilizado en este estado, es más amplio que el considerado en el estado de resultados.

z) Contratos de derivados

La Compañía mantiene contratos de cobertura de fluctuación de monedas y tasas de interés, los cuales se valorizan de acuerdo al Boletín Técnico No.57 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

En el balance se refleja el derecho u obligación neta al cierre de cada ejercicio clasificándose de acuerdo al vencimiento de los contratos, según corresponda.

A la fecha de cierre de estos estados financieros se presentan obligaciones por este concepto en Otros Pasivos Circulantes y Otros Pasivos a Largo Plazo.

NOTA 3 CAMBIOS CONTABLES

Durante el ejercicio 2004, no se efectuaron cambios contables con respecto al ejercicio anterior, que puedan afectar significativamente la interpretación de estos estados financieros.

NOTA 4 VALORES NEGOCIABLES

La composición del saldo de este rubro, para ambos ejercicios es el siguiente:

Instrumentos	Valor Contable	
	2004 M\$	2003 M\$
Acciones	50.762	50.762
Cuotas de fondos mutuos	3.001.799	19.431.760
Total	3.052.561	19.482.522

a) Acciones

Rut	Nombre Sociedad	Número de Acciones	Porcentaje de Participación %	Valor Bursátil Unitario \$	Valor Bursátil Inversión M\$	Costo Corregido M\$
90.222.000-3	Empresas CMPC S.A.	7.300	0,0037	12.959	94.604	36.839
94.272.000-9	AES GENER S.A.	17.697	0,0003	101	1.787	2.959
90.635.000-9	Compañía de Telecomunicaciones de Chile S.A. Serie A	727	0,0001	1.557	1.132	2.517
94.271.000-3	Eneris S.A.	18.567	0,0001	94	1.750	2.054
90.274.000-7	C.T.I. Compañía Tecno Industrial S.A.	205.200	0,0034	13	2.663	1.848
91.297.000-0	CAP S.A.	2.080	0,0014	5.197	10.811	1.845
97.006.000-6	Banco Crédito Inversiones (Serie A)	694	0,0007	12.446	8.638	1.422
91.550.000-5	Empresas Iansa S.A.	13.900	0,0005	24	339	1.251
96.602.640-5	Puerto Ventanas S.A.	52	-	85	4	27
Valor Cartera de Inversiones					121.728	50.762
Provisión Ajuste						-
Valor Contable Cartera de Inversiones						50.762

b) Inversión en Fondos Mutuos de Renta Fija

Instrumento	Cuotas		Valor Contable M\$
	Número	Valor \$	
F.M. Scotiabank Clipper	2.920,294	1.027,91	3.001.799
Total			3.001.799

NOTA 5 SALDOS Y TRANSACCIONES CON ENTIDADES RELACIONADAS

Se presentan cuentas mercantiles con empresas relacionadas según detalle adjunto, que corresponden a operaciones del giro valorizadas según los términos definidos en los contratos de cuentas corrientes mercantiles que se han suscrito.

Condiciones de los contratos con empresas relacionadas:

- (1) Corresponden a operaciones del giro pactadas en pesos, la norma de reajustabilidad es en Unidades de Fomento (UF) y se reajustan de acuerdo a la variación que experimenta esa variable, dichas operaciones no devengan intereses de ninguna especie.

En general estos saldos no tienen definido plazo de vencimiento y su clasificación en el balance se ha efectuado a base de la correspondiente estimación de flujos.

- (2) Corresponden a operaciones del giro y remesas de fondos pactadas en pesos, la norma de reajustabilidad es en Unidades de Fomento (UF) y se reajustan en conformidad a la variación que experimenta esa variable, dichas remisiones de fondos devengan intereses de acuerdo a la tasa activa bancaria (TAB) de 180 días más un spread de 0,35% a partir de cada remisión de fondos o valores.
- (3) Corresponden a operaciones del giro social pactadas en moneda extranjera (EURO). Dichas operaciones no generan intereses y se presentan a tipo de cambio de cierre.
- (4) Corresponden a operaciones del giro social pactadas en pesos. Dichas operaciones se liquidarán el último día hábil de cada mes. El saldo parcial devengará interés simple a tasa activa bancaria (TAB) de 90 días más un spread de 1,56%.
- (5) Corresponde a una operación de largo plazo con vencimiento el 1 de abril de 2008, pactada en moneda extranjera (Euro), la cual genera un interés anual de Euro Libor más un spread de 0,75% capitalizable semestralmente y se presenta a tipo de cambio de cierre.
- (6) Corresponden a operaciones de largo plazo con vencimiento el 28 de marzo de 2021 pactadas en moneda extranjera (US\$). Dichas operaciones generan intereses a tasa Libor de 90 días más un spread de 0,75%, capitalizable mensualmente, y se presentan a tipo de cambio de cierre.
- (7) Corresponden a operaciones del giro social pactadas en pesos. El saldo parcial mensual devengará intereses a tasa activa bancaria (TAB) de 90 días más un spread de 3,0% anual. Estos intereses se pagarán o cargarán a la cuenta corriente mercantil.
- (8) Corresponden a operaciones del giro social de la Compañía que no están amparadas por un contrato de cuenta corriente mercantil, que no generan intereses y cuya condición de pago es, habitualmente, a 30 días.

Conforme se señala en Nota 20, en diciembre 2004 se enajenó a Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650 S.A., un terreno para desarrollo de un proyecto inmobiliario en el que participa, entre otros, Inversiones Inmobiliarias Ocho S.A. (Ocho SA). Al respecto, tres ejecutivos de la Compañía mantienen una participación de un diez por ciento cada uno en Ocho SA, que adquirirá dos pisos en el edificio que se construirá en dicho terreno. Por su parte Ocho SA mantiene una participación de un 7,1731% en Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650 S.A..

Asimismo uno de estos ejecutivos participa directamente en Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650 S.A. con un 0,00001%.

En consecuencia la transacción indirecta relacionada con la venta del terreno, vía los ejecutivos de la Compañía en Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650 S.A., ascendió, al cierre del ejercicio 2004, a M\$158.759.

Al 31 de diciembre 2004 y 2003 se incluyen cuentas con empresas relacionadas según el siguiente detalle:

a) Documentos y cuentas por cobrar

Rut	Sociedad	Corto Plazo		Largo Plazo	
		2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$
79.862.750-3	Transportes CCU Limitada (1)	3.992.594	2.223.824	13.900.161	10.509.679
88.586.400-7	Cervecera CCU Chile Limitada (1)	-	9.173.422	9.637.142	-
86.150.200-7	Fábrica de Envases Plásticos S.A. (1)	2.847.391	3.260.692	4.153.480	3.959.278
96.989.120-4	Pisconor S.A. (1)	46.314	35.626	6.591.409	4.472.292
Sociedad extranjera	Compañía Industrial Cervecera S.A. (3)	1.175.640	627.366	-	11
91.041.000-8	Viña San Pedro S.A. (2)	883.829	751.107	-	-
91.145.000-3	Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (1)	862.403	726.338	-	-
77.736.670-K	Vending Y Servicios CCU Limitada (1)	-	-	98.704	36.122
99.542.980-2	Calaf S.A. (7)	80.395	-	-	-
96.981.310-6	Compañía Cervecera Kunstmann S.A. (4)	62.337	64.589	-	-
Sociedad extranjera	Southern Breweries Establishment (3)	33.741	3.981	-	-
96.919.980-7	Cervecería Austral S.A. (8)	23.843	19.081	-	-
Sociedad extranjera	Heineken Brouwerijen B.V.(8)	21.479	-	-	-
79.713.460-0	Viña Santa Helena S.A. (8)	17.258	29.839	-	-
99.531.920-9	Viña Tabalí S.A. (8)	5.866	1.268	-	-
99.503.120-5	Viña Urmeneta S.A. (8)	1.972	1.783	-	-
96.969.180-9	Viña Dassault San Pedro S.A. (8)	1.529	18.360	-	-
99.554.560-8	Comercial e Industrial Calafquén S.A. (8)	989	-	-	-
99.501.760-1	Inversiones Ecusa S.A. (1)	451	-	-	-
Sociedad extranjera	Finca la Celia S.A. (3)	251	273	-	-
TOTALES		10.058.282	16.937.549	34.380.896	18.977.382

b) Documentos y cuentas por pagar

Rut	Sociedad	Corto Plazo		Largo Plazo	
		2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$
91.145.000-3	Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (1)	-	-	96.014.943	100.207.369
Sociedad extranjera	Southern Breweries Establishment (5)	601.699	578.967	65.118.885	63.607.091
Sociedad extranjera	CCU Cayman Limited (6)	-	-	15.686.186	16.721.123
88.586.400-7	Cervecera CCU Chile Limitada (1)	-	2.072.949	8.776.581	-
91.022.000-4	Aguas Minerales Cachantun S.A. (1)	-	-	5.379.285	3.808.250
Sociedad extranjera	Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. (3)	71.918	78.529	-	-
Sociedad extranjera	Anheuser-busch International, Inc.(8)	69.858	172.172	-	-
92.580.000-7	Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. (8)	10.775	3.506	-	-
96.806.980-2	Entel PCS Telecomunicaciones S.A. (8)	6.331	10	-	-
96.570.710-7	Editorial Trineo S.A. (8)	4.539	-	-	-
96.847.140-6	Inmobiliaria Del Norte Verde S.A. (8)	-	22.117	-	-
99.501.760-1	Inversiones Ecusa S.A. (1)	-	-	-	13.742
91.705.000-7	Quiñenco S.A. (8)	-	6.758	-	-
93.493.000-2	Hoteles Carrera S.A. (8)	-	2.742	-	-
TOTALES		765.120	2.937.750	190.975.880	184.357.575

c) Transacciones

Para dar cumplimiento a lo dispuesto por la circular No.109 de la Superintendencia de Valores y Seguros, se indica a continuación las principales transacciones con partes relacionadas:

Sociedad	Rut	Naturaleza de la Relación	Descripción de la Transacción	2004		2003	
				Valor de la Transacción	Efecto en Resultados (Cargo/Abono)	Valor de la Transacción	Efecto en Resultados (Cargo/Abono)
				M\$	M\$	M\$	M\$
Aguas Minerales Cachantun S.A.	91.022.000-4	Filial	Arriendos pagados	873.209	(873.209)	874.904	(874.904)
		Filial	Pagos por cuenta de la filial	665.622	-	165.417	-
		Filial	Remesas enviadas	354.398	-	474.301	-
		Filial	Remesas recibidas	1.736.915	-	193.603	-
Fábrica de Envases Plásticos S.A.	86.150.200-7	Filial	Reajustes pagados	88.328	(88.328)	36.658	(36.658)
		Filial	Compras	210.295	-	6.478	-
		Filial	Arriendo de activo fijo cobrado	737.581	737.581	737.883	737.883
		Filial	Asistencia técnica y servicios cobrados	61.122	61.122	65.549	65.549
		Filial	Servicios compartidos UAC	176.499	176.499	185.266	185.266
		Filial	Pagos por cuenta de la filial	7.997.151	-	21.078.406	-
		Filial	Remesas enviadas	7.785.092	-	6.249.848	-
		Filial	Remesas recibidas	16.717.920	-	20.281.129	-
		Filial	Reajustes pagados	-	-	13.859	(13.859)
		Filial	Reajustes cobrados	140.431	140.431	-	-
		Cervecera CCU Chile Ltda.	88.586.400-7	Filial	Venta de productos	1.828.191	1.828.191
Filial	Compras			10.160	(10.160)	1.176	(1.176)
Filial	Arriendo de activo fijo cobrado			33.023.714	33.023.714	34.517.296	34.517.296
Filial	Arriendo de marca cobrado			1.622.049	1.622.049	1.973.076	1.973.076
Filial	Asistencia técnica y servicios cobrados			3.291.772	3.291.772	3.027.942	3.027.942
Filial	Pagos por cuenta de la filial			68.967.422	-	41.484.244	-
Filial	Remesas enviadas			149.368.013	-	148.677.518	-
Filial	Remesas recibidas			263.485.062	-	251.377.354	-
Filial	Reajustes pagados			691.606	(691.606)	-	-
Filial	Reajustes cobrados			-	-	323.910	323.910
Transportes CCU Ltda.	79.862.750-3			Filial	Arriendo de activo fijo cobrado	1.751.705	1.751.705
		Filial	Asistencia técnica y servicios cobrados	756.704	756.704	741.942	741.942
		Filial	Arriendo grúa pagado	5.014	(5.014)	5.608	(5.608)
		Filial	Pagos por cuenta de la filial	2.381.988	-	2.381.988	-
		Filial	Remesas enviadas	47.592.651	-	47.592.651	-
		Filial	Remesas recibidas	47.854.128	-	47.854.128	-
		Filial	Reajustes cobrados	606.815	606.815	48.678	48.678
Viña San Pedro S.A.	91.041.000-8	Filial	Compras	10.680	(10.680)	23.461	(23.461)
		Filial	Asistencia técnica y servicios cobrados	1.429.403	1.429.403	1.346.450	1.346.450
		Filial	Pagos por cuenta de la filial	2.890.824	-	64.458	-
		Filial	Remesas recibidas	3.751.986	-	6.660.531	-
		Filial	Remesas enviadas	1.117.672	-	4.138.540	-
		Filial	Intereses cobrados	-	-	315	315
Viña Santa Helena S.A.	79.713.460-0	Filial	Préstamos otorgados	-	-	1.773.860	-
		Filial	Remesas enviadas	15.040	-	16.709	-
Viña Tabalí S.A.	99.531.920-9	Coligada	Remesas recibidas	25.298	-	-	-
		Coligada	Pagos por cuenta de la relacionada	6.903	-	1.268	-
Southern Breweries Establishment	Sociedad extranjera	Filial	Pagos por cuenta de la filial	19.609	-	520.725	-
		Filial	Servicios cobrados	10.580	10.580	13.490	13.490
		Filial	Préstamo recibido	-	-	67.446.651	-
		Filial	Pago mercantil	-	-	565.807	-
		Filial	Intereses adeudados	1.834.929	(1.834.929)	1.545.890	(1.545.890)
Compañía Industrial Cervecera S.A.	Sociedad extranjera	Filial	Reajustes adeudados	1.265.109	(1.265.109)	4.144.938	(4.144.938)
		Filial	Asistencia técnica y servicios cobrados	146.660	146.660	123.866	123.866
		Filial	Pagos por cuenta de la filial	513.879	-	204.723	-
Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	91.145.000-3	Filial	Pagos por cuenta de la matriz	8.167	-	3.806	-
		Filial	Arriendo de activo fijo cobrado	89.829	89.829	214.215	214.215
		Filial	Asistencia técnica y servicios cobrados	2.276.306	2.276.306	1.879.777	1.879.777
		Filial	Compras de productos	50.653	(50.653)	46.131	(46.131)

c) Transacciones (Continuación)

Sociedad	Rut	Naturaleza de la Relación	Descripción de la Transacción	2004		2003	
				Valor de la Transacción	Efecto en Resultados (Cargo/Abono)	Valor de la Transacción	Efecto en Resultados (Cargo/Abono)
				M\$	M\$	M\$	M\$
Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	91.145.000-3	Filial	Pagos por cuenta de la filial	46.811.111	-	38.357.312	-
			Remesas enviadas	82.490.267	-	201.923.173	-
			Remesas recibidas	129.049.617	-	328.275.837	-
			Arriendo pagado	54.530	(54.530)	91.391	(91.391)
Pisconor S.A.	96.989.120-4	Filial	Reajustes cobrados	2.241.823	2.241.823	128.505	128.505
			Servicios cobrados	109.718	109.718	86.520	86.520
			Remesas enviadas	11.264.193	-	7.731.118	-
			Pagos por cuenta de la filial	2.510.743	-	1.394.000	-
Vending y Servicios CCU Ltda.	77.736.670-K	Filial	Remesas recibidas	11.798.872	-	6.141.118	-
			Reajustes cobrados	136.725	136.725	34.354	34.354
			Remesas enviadas	155.494	-	87.896	-
Inversiones Ecuza S.A.	99.501.760-1	Filial	Remesas recibidas	91.077	-	57.503	-
			Pagos por cuenta de la filial	32.349	-	2.524	-
Viña Dassault San Pedro S.A.	96.969.180-9	Coligada	Compra de inversión	-	-	68.630.238	-
			Remesas recibidas	-	-	68.630.238	-
CCU Cayman Limited	Sociedad extranjera	Filial	Remesas recibidas	27.806	-	-	-
			Pago por cuenta de la relacionada	6.547	-	18.361	-
			Pagos por cuenta de la filial	5.948	-	14.649	-
			Remesas enviadas	4.770	-	-	-
			Remesas recibidas	-	-	619.147	-
Cervecería Austral S.A.	96.919.980-7	Filial	Préstamo recibido	-	-	20.214.360	-
			Intereses adeudados	418.309	(418.309)	520.711	(520.711)
			Reajustes por cobrar	1.036.366	1.036.366	3.323.542	3.323.542
			Pagos por cuenta de la relacionada	1.070	-	19.081	-
Calaf S.A.	99.542.980-2	Coligada	Asistencia Técnica y servicios cobrar	76.274	76.274	60.464	60.464
			Pagos por cuenta de la relacionada	137.672	-	-	-
Compañía Cervecera Kunstmann S.A.	96.981.310-6	Coligada	Servicios cobrados	102.154	102.154	-	-
			Asistencia técnica cobrada	4.067	4.067	27.797	27.797
Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A.	92.580.000-7	Controlador común	Servicios pagados	53.597	(53.597)	35.577	(35.577)
Inmobiliaria y Constructora Vitacura 2650 S.A.	99.563.470-8	Relación indirecta	Venta de activo prescindible	7.377.477	3.108.950	-	-
Entel PCS Telecomunicaciones S.A.	96.806.980-2	Controlador común	Servicios pagados	41.229	(41.229)	33.120	(33.120)
Anheuser-bush International, Inc.	Sociedad extranjera	Indirecta	Compra de productos	1.946.508	(1.946.508)	2.291.560	(2.291.560)
Inmobiliaria del Norte Verde S.A.	96.847.140-6	Controlador común	Servicios pagados	31.676	(31.676)	-	-
Banco de Chile	97.004.000-5	Controlador común	Inversiones	375.097.297	-	475.293.574	-
			Intereses ganados	147.778	147.778	411.353	411.353
Banchile Corredores de Bolsa	96.571.220-8	Controlador común	Inversiones	156.529.053	-	178.891.943	-
			Intereses ganados	61.325	61.325	201.972	201.972
Editorial Trineo S.A.	96.570.710-7	Controlador común	Servicios pagados	13.565	(13.565)	27.165	(27.165)

NOTA 6 EXISTENCIAS

Los ítems incluidos bajo el rubro existencias, se encuentran valorizados según el criterio descrito en nota 2 j), son los que se indican en cuadro adjunto:

	2004 M\$	2003 M\$
Materiales	288.566	300.069
Materias primas	138.626	142.092
Existencias en tránsito	-	305
Provisión obsolescencia	(373.871)	(386.873)
Total	53.321	55.593

NOTA 7 IMPUESTOS DIFERIDOS E IMPUESTOS A LA RENTA

a) Información general

Al 31 de diciembre 2004 la Compañía tiene utilidades tributarias retenidas reflejadas en su libro FUT por M\$8.514.878 sin crédito. Al 31 de diciembre de 2003 no poseía utilidades tributarias retenidas en su libro FUT.

b) Impuestos diferidos

En conformidad a la normativa vigente las cuentas complementarias se amortizan en el plazo ponderado de reverso de las diferencias temporales correspondientes, existiendo los siguientes plazos por amortizar:

Activo fijo	3 años
Pasivo largo plazo	3 años

La provisión por Impuesto a la renta se presenta bajo el rubro Impuestos por recuperar de acuerdo al siguiente resumen:

	2004 M\$	2003 M\$
Impuesto de Primera Categoría	1.150.437	2.205.653
Impuesto Unico Artículo N°21	78.105	24.063
Subtotal	1.228.542	2.229.716
Pagos Provisionales Mensuales	(2.256.415)	(2.050.404)
Otros créditos	(435.473)	(440.172)
Saldo impuestos por recuperar del ejercicio	(1.463.346)	(260.860)

En el año 2004 se presentan Impuestos en reclamo por M\$449.702 (M\$16.550 en 2003) que corresponden al proceso de Operación Renta 2004 y un IVA remanente por M\$734.

Los saldos al 31 de diciembre 2004 y 2003, por este concepto, son los siguientes:

Conceptos	2004				2003			
	Impuesto Diferido Activo		Impuesto Diferido Pasivo		Impuesto Diferido Activo		Impuesto Diferido Pasivo	
	Corto Plazo M\$	Largo Plazo M\$						
Diferencias Temporarias								
Provisión cuentas incobrables	5.805	-	-	-	36.786	-	-	-
Provisión de vacaciones	100.210	-	-	-	89.184	-	-	-
Amortización intangibles	-	12.987	-	-	-	11.516	-	-
Depreciación activo fijo	-	-	-	13.454.212	-	-	-	14.246.881
Indemnización años de servicio	-	-	-	35.694	-	-	-	29.193
Provisión existencias obsoletas	63.558	-	-	-	65.768	-	-	-
Provisiones varias	5.701	257.042	-	-	13.918	240.586	-	-
Provisión aguinaldos	1.342	-	-	-	806	-	-	-
Provisión activo fijo prescindible	-	929.237	-	-	-	932.761	-	-
Provisión incobrable empresa relacionada	-	-	-	-	-	32.670	-	-
Provisión contrato seguro de cambio	-	797.884	442	-	708	1.765.616	-	-
Ajuste garantías de envases	-	-	-	1.166.220	-	-	-	1.088.277
Provisión utilidad no realizada	-	175.088	-	-	-	280.720	-	-
Provisión inversión en otras sociedades	-	94.758	-	-	-	103.470	-	-
Software	-	-	-	460.089	-	-	-	526.071
Diferencia valorización fondos mutuos	-	-	92	-	-	-	972	-
Gastos diferidos crédito sindicado	-	-	43.564	321.713	-	-	-	-
Utilidad diferida en venta activo fijo	-	363.359	-	-	-	-	-	-
Gastos colocación de bonos	-	-	53.278	238.445	-	-	-	-
Cuentas complementarias-neto de amortización	-	(9.035)	-	(941.261)	-	(91.064)	-	(1.255.016)
Totales	176.616	2.621.320	97.376	14.735.112	207.170	3.276.275	972	14.635.406

c) Efecto en resultado

El efecto en resultado del ejercicio que ha significado reconocimiento de impuestos diferidos e impuesto a la renta es el siguiente:

Item	2004 M\$	2003 M\$
Gasto tributario corriente (provisión impuesto)	(1.228.542)	(2.229.716)
Ajuste gasto tributario (ejercicio anterior)	11.166	(85.555)
Efecto por activos o pasivos por impuestos diferidos del ejercicio	(649.893)	2.349.517
Efecto por amortización de cuentas complementarias de activos y pasivos diferidos	(231.726)	(231.726)
Otros cargos o abonos en la cuenta	-	(87.372)
Totales	(2.098.995)	(284.852)

NOTA 8 OTROS ACTIVOS CIRCULANTES

Bajo este rubro se han clasificado:

	2004 M\$	2003 M\$
Pactos con compromiso de retroventa (Nota 9)	8.471.412	14.481.445
Gastos diferidos crédito sindicado	495.518	166.927
Gastos diferidos colocación bonos	74.147	-
Intereses diferidos bonos	45.024	61.475
Materiales por consumir	16.848	17.279
Otros	2.600	-
Total	9.105.549	14.727.126

NOTA 9 INFORMACION SOBRE OPERACIONES DE COMPROMISOS DE COMPRA, COMPROMISOS DE VENTA, VENTA CON COMPROMISO DE RECOMPRA Y COMPRA CON COMPROMISO DE REVENTA DE TITULOS O VALORES MOBILIARIOS

Las operaciones de compra con compromiso de retroventa al 31 de diciembre 2004, corresponden a las siguientes:

Fechas		Contraparte	Moneda de Origen	Valor suscripción M\$	Tasa %	Valor Final M\$	Identificación de Instrumentos	Valor de Mercado M\$
Inicio	Término							
27/12/04	12/01/05	Banchile Corredores de Bolsa	Pesos	1.820.056	0,26	1.822.580	LHF	1.821.390
27/12/04	12/01/05	Banchile Corredores de Bolsa	Pesos	1.405.474	0,26	1.407.423	PRC	1.406.504
27/12/04	12/01/05	BBVA Corredores De Bolsa	Pesos	1.292.169	0,25	1.293.891	PAGARE NR	1.293.098
14/12/04	10/01/05	Banco Bice	Pesos	1.110.194	0,23	1.112.493	PCDUF	1.113.467
10/12/04	03/01/05	HSBC Bank Chile	Pesos	997.763	0,20	999.360	BCU	1.001.187
13/12/04	03/01/05	HSBC Bank Chile	Pesos	754.057	0,22	755.219	BCU	756.365
13/12/04	03/01/05	HSBC Bank Chile	Pesos	339.326	0,22	339.848	BCU	340.364
27/12/04	12/01/05	Banchile Corredores de Bolsa	Pesos	277.737	0,26	278.123	DPF	277.941
09/12/04	03/01/05	Banco Bice	Pesos	270.735	0,24	271.276	PRD	271.787
10/12/04	03/01/05	HSBC Bank Chile	Pesos	71.237	0,20	71.350	CERO	71.481
14/12/04	10/01/05	Banco Bice	Pesos	70.713	0,23	70.859	PRC	70.921
14/12/04	10/01/05	Banco Bice	Pesos	19.093	0,23	19.132	PCDUF	19.149
27/12/04	12/01/05	BBVA Corredores de Bolsa	Pesos	11.811	0,25	11.827	LHF	11.820
09/12/04	03/01/05	Banco Bice	Pesos	8.994	0,24	9.012	PCDUF	9.029
13/12/04	03/01/05	HSBC Bank Chile	Pesos	6.617	0,22	6.627	CERO	6.637
09/12/04	03/01/05	Banco Bice	Pesos	271	0,24	271	PRC	272

NOTA 10 ACTIVOS FIJOS

Los bienes incluidos bajo este rubro corresponden principalmente a bienes en los que operan las plantas productivas y filiales operativas de la Compañía, y a envases, utilizados en la distribución y comercialización de los productos.

	2004			2003		
	Activo Fijo (Bruto) M\$	Depreciación Acumulada M\$	Activo Fijo (Neto) M\$	Activo Fijo (Bruto) M\$	Depreciación Acumulada M\$	Activo Fijo (Neto) M\$
Activo Fijo						
Terrenos	4.902.474	-	4.902.474	4.902.474	-	4.902.474
Construcciones y obras de infraestructura	44.219.398	15.584.543	28.634.855	43.988.101	14.286.361	29.701.740
Maquinarias y equipos	115.960.936	61.936.616	54.024.320	114.302.512	54.162.052	60.140.460
Subtotal	165.082.808	77.521.159	87.561.649	163.193.087	68.448.413	94.744.674
Otros Activos Fijos						
Envases (neto)	61.749.519	46.274.516	15.475.003	57.545.545	42.139.348	15.406.197
Obras y proyectos en ejecución	3.872.905	-	3.872.905	3.958.604	-	3.958.604
Software adquiridos	4.464.334	2.824.650	1.639.684	4.248.680	1.887.582	2.361.098
Equipos de oficina	6.207.698	5.115.854	1.091.844	5.804.244	4.132.357	1.671.887
Enseres	1.799.338	1.190.894	608.444	1.769.536	1.053.519	716.017
Importaciones en tránsito	513.364	-	513.364	318.767	-	318.767
Otros activos fijos - otros	155.450	-	155.450	135.239	-	135.239
Muebles de oficina	393.612	258.348	135.264	372.970	218.009	154.961
Máquinas expendedoras automáticas	1.306.824	1.231.028	75.796	1.280.425	1.171.161	109.264
Activos promocionales	1.048.462	1.016.669	31.793	1.049.578	937.588	111.990
Herramientas	183.437	141.964	41.473	183.437	123.244	60.193
Máquinas de oficina	236.606	211.500	25.106	236.606	194.258	42.348
Subtotal	81.931.549	58.265.423	23.666.126	76.903.631	51.857.066	25.046.565
Retasación técnica activos fijos						
Mayor valor retasación técnica terreno y construcciones	2.737.452	(241.376)	2.978.828	2.737.452	(231.720)	2.969.172
Subtotal	2.737.452	(241.376)	2.978.828	2.737.452	(231.720)	2.969.172
TOTAL ACTIVO FIJO Y OTROS ACTIVOS FIJOS	249.751.809	135.545.206	114.206.603	242.834.170	120.073.759	122.760.411
Depreciación del ejercicio:		M\$			M\$	
Costos de explotación		(13.610.027)			(14.082.329)	
Gastos de administración y ventas		(2.045.876)			(2.275.312)	
TOTAL DEPRECIACION DEL EJERCICIO RESULTADO DE EXPLOTACION		(15.655.903)			(16.357.641)	

NOTA 11 INVERSION EN EMPRESAS RELACIONADAS

En relación a las inversiones en empresas relacionadas cabe mencionar lo siguiente:

Transportes CCU Limitada

Al 31 de diciembre 2004, se mantiene una provisión por pérdida adicional por patrimonio negativo en esta filial ascendente a M\$3.588.107 (M\$5.075.765 en 2003), la que se presenta bajo el pasivo a largo plazo y corresponde al 100% de las pérdidas registradas por dicha filial.

Pisconor S.A.

Al 31 de diciembre 2004, se mantiene una provisión por pérdida adicional por patrimonio negativo en esta filial ascendente a M\$1.484.370 (M\$1.209.033 en 2003), la que se presenta bajo el pasivo a largo plazo y corresponde al 100% de las pérdidas registradas por dicha filial.

Aguas Minerales Cachantun S.A.

Al 31 de diciembre 2004 se incluye dentro de su valor patrimonial proporcional una pérdida neta no realizada por M\$89.863 (M\$96.911 en 2003), generada por la modificación de participación en Fábrica de Envases Plásticos S.A., efectuada con fecha 1 de septiembre de 1997, en la que Aguas Minerales Cachantun S.A. disminuyó su participación y Compañía Cervecerías Unidas S.A. la aumentó.

Viña San Pedro S.A.

Al 31 de diciembre 2004 se incluye dentro de su valor patrimonial proporcional una utilidad no realizada por M\$62.325 (M\$62.983 en 2003) producto de servicios prestados por la Matriz.

Cervecería Austral S.A.

Durante el ejercicio 2003, Compañía Cervecerías Unidas S.A. reconoció el resultado devengado por su participación en Cervecería Austral S.A., incluyendo una pérdida de M\$17.594 (histórico) del mes de diciembre de 2002, que no fue reconocido durante el año 2002.

Al 31 de diciembre 2004 Cervecería Austral S.A. mantiene un 98% de participación en la filial Comercial Patagona Limitada.

Inversiones Ecosa S.A.

Con fecha 12 de mayo de 2003 esta Sociedad transfirió sus acciones en Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. a la agencia de Compañía Cervecerías Unidas S.A. CCU Cayman Islands Branch.

Con fecha 30 de diciembre de 2003 en Segunda Junta Extraordinaria de Accionistas se acordó la disminución del Capital Social de la Sociedad por un monto de M\$86.464.894. La que se materializó en enero de 2004.

Compañía Cervecera Kunstmann S.A.

Durante el ejercicio 2003 Compañía Cervecerías Unidas S.A. reconoció el resultado devengado por su participación en Compañía Cervecera Kunstmann S.A., el cual incluye además del ejercicio 2003, el mes de diciembre de 2002, que no fue reconocido durante el año 2002. El resultado devengado por dicho mes fue una menor pérdida de M\$13.067 (histórico). Adicionalmente la Compañía reconoce durante el ejercicio 2004 una mayor utilidad devengada por M\$8.088 (histórico), el cual no fue reconocido en el ejercicio 2003.

Southern Breweries Establishment

El día 10 de abril de 2003 Compañía Cervecerías Unidas S.A., Cayman Islands Branch (CCU Cayman Branch), adquirió de Lanzville la totalidad de los derechos de que ésta era titular en Southern Breweries Establishment. Como consecuencia de dicha compra, los actuales únicos socios de Southern Breweries Establishment, entidad extranjera creada y existente en el Principado de Liechtenstein, son: la Sociedad filial chilena Inversiones Ecusa S.A. y CCU Cayman Branch en proporción del 50% cada una, pasando Southern Breweries Establishment a ser filial de Compañía Cervecerías Unidas S.A.

Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.

Con fecha 12 de mayo de 2003 Compañía Cervecerías Unidas S.A., Cayman Islands Branch, compró a Inversiones Ecusa S.A. 118.077.033 acciones nominativas de la filial Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A., con lo cual su participación pasó de un 33,52% a un 89,217%. El precio de compraventa de tales acciones fue de US\$96.110.000, pagado en esa misma fecha.

Al 31 de diciembre 2004 se incluye dentro de su valor patrimonial proporcional una utilidad no realizada por M\$58.115 producto de una venta de activo fijo a esta filial.

Comercial e Industrial Calafquén S.A.

Con fecha 10 de diciembre de 2003 se constituyó como Sociedad anónima cerrada. El capital de esta sociedad es de M\$1.000 dividido en cien acciones nominativas todas de una misma serie y sin valor nominal.

Comercial CCU Santiago S.A.

Con fecha 14 de octubre 2004 en Junta General Extraordinaria de Accionistas de Comercial CCU Santiago S.A. se acordó aumentar el capital de la Sociedad ascendente a \$41.250.469.557 dividido en 412.208.528 acciones nominativas a la suma de \$180.053.414.883 dividido en 1.799.241.398, mediante la emisión de 1.387.032.870 acciones de pago, representativas de la cantidad total de \$138.802.945.326, fijando así el valor de colocación de cada acción de pago en \$100,07185.

En la Junta antes mencionada se aprobó, además, la emisión de 1.249.036.970 acciones que la Compañía tiene derecho preferente a suscribir en dicho aumento de capital, pagadas mediante el aporte en dominio de las 63.864.417 acciones de que es titular en Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. al valor de \$124.993.440.295.

En dicha Junta se aprueba, asimismo, el cambio de nombre de Comercial CCU Santiago S.A. por el de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.

Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.

Como resultado de la operación antes descrita, con fecha 30 de noviembre 2004 se produce la disolución de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. por absorción, al reunirse la totalidad de las acciones de Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. en Comercial CCU Santiago S.A., hoy Embotelladoras Chilenas Unidas S.A., pasando ésta a ser la continuadora y sucesora para todos los efectos legales. Esta operación no produjo efectos en resultado.

a) Inversiones en empresas relacionadas

Rut	Sociedad	País de Origen	Moneda de Control de la Inversión	Número de Acciones	Porcentaje de Participación		Patrimonio Sociedades		Resultado del Ejercicio		Resultado Devengado		VP / VPP		Resultados no Realizados		Valor Contable de la Inversión			
					2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003
					%	%	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Sociedad extranjera	Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	Argentina	Dólar	189.140.240	89,217	89,217	63.681.878	68.748.409	837.620	(5.892.532)	747.299	(3.821.363)	56.815.061	61.335.268	58.115	-	56.756.946	61.335.268		
Sociedad extranjera	Southern Breweries Establishment	Principado de Liechtenstein	Pesos	-	50,00	50,00	65.689.868	64.177.756	1.512.112	(3.187.817)	756.056	(1.593.909)	32.844.934	32.088.878	-	-	32.844.934	32.088.878		
91.041.000-8	Víña San Pedro S.A.	Chile	Pesos	13.052.199.082	60,325	60,325	79.230.199	79.184.323	2.945.458	2.755.258	1.776.848	1.662.109	47.795.618	47.767.943	62.325	62.983	47.733.293	47.704.960		
91.145.000-3	Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	Chile	Pesos	1.620.234.792	97,531	75,0022	192.883.783	233.289.222	8.980.491	28.335.424	8.745.433	22.132.652	188.121.482	181.458.759	-	(3.003.361)	188.121.482	184.462.120		
88.586.400-7	Cervecera CCU Chile Ltda.	Chile	Pesos	-	95,00	95,00	26.678.236	36.917.981	14.965.435	13.061.501	14.217.163	12.408.426	25.344.324	35.072.082	-	-	25.344.324	35.072.082		
91.022.000-4	Aguas Minerales Cachantun S.A.	Chile	Pesos	25.582.298	99,93085	99,93085	12.487.481	10.879.002	1.785.939	2.055.161	1.784.704	2.053.740	12.478.846	10.871.479	(89.863)	(96.911)	12.568.709	10.968.390		
86.150.200-7	Fábrica de Envases Plásticos S.A.	Chile	Pesos	12.000.000	90,91	90,91	8.477.563	7.528.147	1.440.653	1.485.782	1.309.698	1.350.724	7.706.953	6.843.838	-	-	7.706.953	6.843.838		
96.919.980-7	Cervecera Austral S.A.	Chile	Pesos	923.916	48,373	48,373	3.393.898	3.376.280	17.617	(331.626)	8.522	(160.417)	1.641.730	1.633.208	-	-	1.641.730	1.633.208		
99.501.760-1	Inversiones Ecusa S.A.	Chile	Pesos	18.525	0,0158	0,0158	50.126.714	139.132.506	(379.276)	13.637.470	(60)	2.155	7.920	21.983	-	-	7.920	21.983		
79.862.750-3	Transportes CCU Ltda.	Chile	Pesos	-	98,00	98,00	(3.588.107)	(5.075.765)	1.487.659	(1.008.290)	-	-	-	-	-	-	-	-		
96.989.120-4	Pisconor S.A.	Chile	Pesos	99	99,00	99,00	(1.484.370)	(1.209.033)	(275.338)	(1.042.576)	-	-	-	-	-	-	-	-		
96.981.310-6	Compañía Cervecera Kunstmann S.A.	Chile	Pesos	68.329	50,00	50,00	1.683.786	1.284.108	383.101	79.743	191.551	39.872	841.893	642.054	-	-	841.893	642.054		
99.554.560-8	Comercial E Industrial Calafquén S.A.	Chile	Pesos	50	50,00	50,00	201	1.025	(824)	-	(412)	-	101	513	-	-	101	513		
TOTALES													373.598.862	377.736.005	30.577	(3.037.289)	373.568.285	380.773.294		

Información sobre los efectos de cambio de las inversiones en el exterior:

b) Aplicación del boletín técnico No.64

	2004 M\$	2003 M\$
i) Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. (Filial de Compañía Cervecerías Unidas S.A.)		
Participación de Compañía Cervecerías Unidas S.A. en Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	56.756.946	61.335.267
Mayor valor inversión en Compañía Industrial Cervecera S.A.	(349.805)	(412.744)
Menor valor inversión en Compañía Industrial Cervecera S.A.	9.651.135	11.538.093
Mayor valor inversión en Cervecería Austral S.A.	(97.645)	(114.259)
Menor valor inversión en Cervecería Austral S.A.	51.936	60.772
Utilidad (Pérdida) devengada en Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	747.299	(3.821.363)
ii) Pasivo contraído por Compañía Cervecerías Unidas S.A. y específicamente designado y contabilizado como instrumento de cobertura de inversión en Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. (US\$22.500.000).	-	13.694.512
iii) Pasivo contraído por Compañía Cervecerías Unidas S.A. (US\$ 886.800)	-	539.746
iv) Detalle de la cuenta de Reserva ajuste acumulado por diferencia de conversión en filiales		
Participación de Compañía Cervecerías Unidas S.A. en el abono por ajuste inversión en CCU Argentina S.A. a tipo de cambio de cierre.	9.156.064	14.423.570
Cargo por ajuste de pasivos designados a la inversión en CCU Argentina S.A. a tipo de cambio de cierre.	(12.757.235)	(12.863.540)
Subtotal (débito) crédito	(3.601.171)	1.560.030
Participación de Compañía Cervecerías Unidas S.A. en el (cargo) por ajuste inversión en Víña San Pedro S.A. a tipo de cambio cierre, proveniente de su inversión en Finca la Celia S.A.	(2.577.624)	(1.628.378)
Subtotal (débito)	(2.577.624)	(1.628.378)
Saldo neto total de Reserva ajuste acumulado por diferencia de conversión	(6.178.795)	(68.348)

En noviembre de 2004, se liquidó el Crédito Sindicado que había sido declarado instrumento de calce de la inversión en Argentina de acuerdo al Boletín Técnico No. 64 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

La disminución de la reserva del ajuste acumulado por diferencia de conversión se explica por la variación del tipo de cambio que se produce entre el período 2003 y el período 2004, la cual afecta la valorización de las inversiones que mantiene la Compañía en Argentina.

Adicionalmente en el año 2003 se realizó la venta de la inversión que Southern Breweries Establishment mantenía en Karlovacka Pivovara d.d., lo que generó una disminución de dicha reserva.

NOTA 12 MENOR Y MAYOR VALOR DE INVERSIONES

A continuación se detalla la composición de los rubros Menor y Mayor valor de inversiones

a) Menor Valor

Al 31 de diciembre de cada año el detalle de este rubro es el siguiente:

Rut	Sociedad	2004		2003	
		Monto Amortizado en el Ejercicio M\$	Saldo Menor Valor M\$	Monto Amortizado en el Ejercicio M\$	Saldo Menor Valor M\$
91.145.000-3	Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	562.654	8.346.026	562.654	8.908.680
91.041.000-8	Viña San Pedro S.A.	394.637	4.302.104	394.637	4.696.741
96.919.980-7	Cervecería Austral S.A.	119.424	2.015.803	119.424	2.138.101
91.022.000-4	Aguas Minerales Cachantun S.A.	51	715	51	766
TOTAL		1.076.766	14.664.648	1.076.766	15.744.288

b) Mayor Valor

Al 31 de diciembre de cada año el detalle de este rubro es el siguiente:

Rut	Sociedad	2004		2003	
		Monto Amortizado en el Ejercicio M\$	Saldo Mayor Valor M\$	Monto Amortizado en el Ejercicio M\$	Saldo Mayor Valor M\$
86.150.200-7	Fábrica de Envases Plásticos S.A.	7.059	89.997	7.059	97.056
TOTAL		7.059	89.997	7.059	97.056

NOTA 13 OTROS (DE OTROS ACTIVOS)

El detalle de este rubro es el siguiente:

	2004 M\$	2003 M\$
Activo fijo prescindible (neto) (a)	15.693.160	18.704.286
Gastos diferidos crédito sindicado	1.892.428	597.124
Gastos diferidos colocación de bonos	1.402.618	-
Intereses diferidos bonos	851.710	473.404
Total	19.839.916	19.774.814

a) El detalle del activo fijo prescindible se presenta a continuación:

	2004 M\$	2003 M\$
Terrenos (Nota 20)	6.023.694	8.164.581
Construcciones	8.807.867	8.906.449
Maquinarias y equipos	6.327.699	7.120.087
Total activo fijo bruto	21.159.260	24.191.117
Menos		
Provisión menor valor de realización	(5.466.100)	(5.486.831)
Total Activo Fijo Prescindible (neto)	15.693.160	18.704.286

NOTA 14 OBLIGACIONES CON BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO

Las obligaciones con bancos e instituciones financieras corresponden a la porción corto plazo del pasivo contraído por la Agencia CCU Cayman Branch en bancos extranjeros, según detalle:

Rut	Banco o Institución Financiera	TIPOS DE MONEDAS E INDICE DE REAJUSTE												Totales		
		Dólares		Euros		Yenes		Otras Monedas Extranjeras		Unidades de Fomento		\$ No Reajutable		2004	2003	
		2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	
Sociedad Extranjera	Largo plazo - Corto plazo	-	245.405	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	245.405
Sociedad Extranjera	Deutsche Bank	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sociedad Extranjera	JP Morgan Chase	202.894	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	202.894
TOTALES		202.894	245.405	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	202.894
Tasa interés promedio anual %		LIBOR+0,3		LIBOR+0,75												

Porcentaje obligaciones moneda extranjera	100%
Porcentaje obligaciones moneda nacional	0%

NOTA 15 OBLIGACIONES CON BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS LARGO PLAZO

Con fecha 4 de noviembre 2004 se suscribió un crédito sindicado por US\$100 millones, con el banco JP Morgan Chase a una tasa libor más 0,3% durante los primeros tres años y 0,325 para los dos últimos años, con vencimiento el 9 de noviembre de 2009. El día 9 del mismo mes se prepagó el crédito sindicado por US\$135 millones obtenido con el Deutsche Bank durante el año 2003. Estas operaciones se efectuaron para aprovechar las condiciones de financiamiento corrientes y no generaron efectos significativos en resultado.

Rut	Banco o Institución Financiera	Moneda Índice de Reajuste	Años de vencimiento						2004		2003
			Más de 1 hasta 2 M\$	Más de 2 hasta 3 M\$	Más de 3 hasta 5 M\$	Más de 5 hasta 10 M\$	Más de 10 años		Total Largo Plazo M\$	Tasa de Interés Anual Promedio %	Total Largo Plazo M\$
							Monto M\$	Plazo M\$			
Sociedad Extranjera	Deutsche Bank	Dólares	-	-	-	-	-	-	-	-	82.167.075
Sociedad Extranjera	JP Morgan Chase	Dólares	-	-	55.740.000	-	-	-	55.740.000	LIBOR+0,3	-
TOTALES			-	-	55.740.000	-	-	-	55.740.000		82.167.075

Porcentaje obligaciones moneda extranjera	100%
Porcentaje obligaciones moneda nacional	0%

NOTA 16 OBLIGACIONES CON EL PUBLICO (BONOS)

Al 31 de diciembre 2004 se presentan bonos Serie E, los cuales fueron inscritos en el Registro de Valores con fecha 18 de octubre 2004 por un monto de UF 2.000.000, los cuales fueron colocados con fecha 1 de diciembre 2004.

La emisión de la serie E fue colocada con un descuento ascendente a M\$897.857 (histórico) que se ha diferido para amortizarlo en el plazo de la obligación. Al 31 de diciembre del 2004, se presentan M\$45.024 en Otros activos circulantes y M\$851.710 en Otros activos - Otros.

Con respecto a los bonos Serie C y D que vencían en el año 2015 y 2006 respectivamente, y que estaban vigentes al 31 de diciembre de 2003, fueron prepagados en su totalidad con fecha 30 de septiembre 2004, dicha operación no produjo efectos significativos en resultado.

Número de Inscripción o Identificación del Instrumento	Serie	Monto Nominal Colocado Vigente	Unidad de Reajuste del Bono	Tasa de Interés %	Plazo Final	Periodicidad		Valor par		Colocación en Chile o en el Extranjero
						Pago de Intereses	Pago de Amortizaciones	2004 M\$	2003 M\$	
Bonos largo plazo - porción corto plazo										
181 08/11/94	C	-	UF	6,0	30/09/2015	SEMESTRAL	SEMESTRAL	-	648.742	NACIONAL
181 08/11/94	D	-	UF	6,0	30/09/2006	SEMESTRAL	SEMESTRAL	-	1.057.031	NACIONAL
388 18/10/04	E	100.000	UF	4,0	01/12/2024	SEMESTRAL	SEMESTRAL	1.848.532	-	NACIONAL
Total porción corto plazo								1.848.532	1.705.773	
Bonos largo plazo										
181 08/11/94	C	-	UF	6,0	30/09/2015	SEMESTRAL	SEMESTRAL	-	16.909.425	NACIONAL
181 08/11/94	D	-	UF	6,0	30/09/2006	SEMESTRAL	SEMESTRAL	-	2.023.349	NACIONAL
388 18/10/04	E	1.900.000	UF	4,0	01/12/2024	SEMESTRAL	SEMESTRAL	32.902.395	-	NACIONAL
Total largo plazo								32.902.395	18.932.774	

NOTA 17 PROVISIONES Y CASTIGOS

El detalle de las provisiones al cierre de cada ejercicio es el siguiente:

	2004 M\$	2003 M\$
Corto plazo:		
Participación del Directorio	1.124.249	1.360.418
Vacaciones del personal	589.473	524.611
Bono de rentabilidad del personal	483.306	205.893
Publicidad	124.460	-
Póliza de seguros	47.653	54.645
Bono vacaciones	28.173	20.399
Servicios computacionales	22.026	20.279
Asesorías y licencias	8.557	11.154
Aguinaldos del personal	7.896	4.739
Mantención licencias	-	46.125
Contratos futuros	-	4.160
Otras provisiones	221.684	215.073
Total	2.657.477	2.467.496
Largo plazo:		
Pérdidas adicionales filiales	5.072.477	6.284.798
Utilidades no realizadas filiales	585.720	1.097.121
Indemnización por años de servicio	122.820	79.990
Provisión resultados no realizados contratos derivados	8.771	763.707
Total	5.789.788	8.225.616

Además, existen las siguientes provisiones que se presentan deducidas de los rubros que se indican:

Cuenta contable	2004 M\$	2003 M\$
Ajuste a valor de mercado de activo fijo prescindible deducida de otros - otros activos.	5.466.100	5.486.831
Envases en desuso deducidas del rubro Otros activos fijos - Activo fijo.	1.022.529	1.022.596
Inversiones en acciones y derechos sociales - deducidas del rubro Inversiones en otras sociedades - Otros activos.	557.399	608.646
Utilidad no realizada por venta de envases y cajas plásticas de la filial Fábrica de Envases Plásticos S.A. a Compañía Cervecerías Unidas S.A. deducida de Activo fijo.	386.095	554.174
Materias primas y materiales obsoletos deducidas de Materias Primas, Materiales - Existencias.	373.871	386.873
Diferencias de inventario y obsolescencia de repuestos, maquinarias, instalaciones, y otros activos fijos deducidas de Activo fijo.	345.291	373.653
Deudas incobrables comerciales - deducidas de Deudores por venta y Deudores varios - Activos circulantes.	34.147	216.389

Los castigos y provisiones efectuados con cargo (abono) a los resultados de cada ejercicio son los siguientes:

	2004 M\$	2003 M\$
Estimación incobrables, castigo de envases, existencias y activos fijos.	(25.450)	992.531

NOTA 18 INDEMNIZACIONES AL PERSONAL POR AÑOS DE SERVICIO

A continuación se resume el movimiento de la cuenta indemnización por años de servicio en cada ejercicio.

El movimiento de los ejercicios que se informa, corresponde a la diferencia neta entre los abonos a la provisión por concepto de incremento en el número de años y/o remuneración afectos a este beneficio y los cargos a la misma por concepto de desvinculación del personal.

	2004 M\$	2003 M\$
Saldo inicial	78.039	60.337
Movimiento del ejercicio	44.781	19.653
Saldo final	122.820	79.990

El cargo a resultados en el ejercicio es de M\$123.275 (M\$116.478 en 2003).

NOTA 19 CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

las cuentas del patrimonio han registrado el siguiente movimiento en los ejercicios 2004 y 2003, expresados en valores históricos:

Rubro	2004							2003						
	Capital Pagado M\$	Sobreprecio en Venta de Acciones M\$	Otras Reservas M\$	Resultados Acumulados M\$	Dividendos Provisorios M\$	Déficit Período de Desarrollo M\$	Resultado del Ejercicio M\$	Capital Pagado M\$	Sobreprecio en Venta de Acciones M\$	Otras Reservas M\$	Resultados Acumulados M\$	Dividendos Provisorios M\$	Déficit Período de Desarrollo M\$	Resultado del Ejercicio M\$
Saldo inicial	169.975.841	13.293.340	3.434.112	48.696.684	(10.510.595)	(205.907)	54.088.124	168.292.912	13.161.723	21.275.446	217.187.266	(7.007.063)	(1.490.485)	22.064.886
Distribución resultado ejercicio anterior	-	-	-	43.371.622	10.510.595	205.907	(54.088.124)	-	-	-	13.567.337	7.007.063	1.490.485	(22.064.886)
Dividendo definitivo ejercicio anterior	-	-	-	(16.430.512)	-	-	-	-	-	-	(13.567.337)	-	-	-
Déficit acumulado período de desarrollo	-	-	-	-	-	(362.710)	-	-	-	-	-	-	(205.907)	-
Ajuste acumulado por diferencia de conversión	-	-	(6.110.447)	-	-	-	-	-	-	(18.055.122)	-	-	-	-
Dividendo eventual	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(168.700.000)	-	-	-
Efecto patrimonial en filial	-	-	2.899.435	-	-	-	-	-	-	22	-	-	-	-
Revalorización capital propio	4.249.396	332.333	85.848	1.874.514	-	-	-	1.682.929	131.617	213.766	209.418	-	-	-
Resultado del ejercicio	-	-	-	-	-	-	45.393.866	-	-	-	-	-	-	54.088.124
Dividendos provisorios	-	-	-	-	(8.599.577)	-	-	-	-	-	-	(10.510.595)	-	-
Saldo Final	174.225.237	13.625.673	308.948	77.512.308	(8.599.577)	(362.710)	45.393.866	169.975.841	13.293.340	3.434.112	48.696.684	(10.510.595)	(205.907)	54.088.124
Saldos Actualizados								174.225.237	13.625.673	3.519.965	49.914.101	(10.773.360)	(211.055)	55.440.327

- De acuerdo a lo dispuesto en el Artículo No.10 de la Ley 18.046, se ha incorporado al capital pagado el monto proporcional correspondiente a su revalorización, quedando este representado al 31 de diciembre 2004 por M\$174.225.237 dividido en 318.502.872 acciones, sin valor nominal.
- La política de dividendos de la Compañía consiste en distribuir anualmente como dividendo el 50% de las utilidades líquidas del ejercicio.
- Con fecha 22 de abril 2004 la Junta General Ordinaria de accionistas aprobó, con cargo a utilidades del ejercicio 2003, el dividendo definitivo No.227 ascendente a M\$16.430.512 (histórico) correspondiente a \$51,5867 por acción. Este dividendo se pagó el 30 de abril 2004.
- Con fecha 22 de abril 2004, la Junta General Ordinaria de Accionistas aprobó la absorción con cargo a utilidades del año anterior del déficit período desarrollo acumulado al 31 de diciembre de 2003 por un monto equivalente a M\$205.907 (histórico).
- Con fecha 1 de diciembre 2004 el Directorio acordó repartir, con cargo a utilidades del ejercicio 2004, el dividendo provisorio No.228 ascendente a M\$ 8.599.577 (histórico) correspondiente a \$27 por acción.
- El abono a otras reservas, por un monto de M\$2.899.435 (histórico), corresponde al efecto que se produjo por la fusión entre Comercial CCU Santiago S.A. y Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. por M\$2.900.909, ambas filiales de Compañía Cervecerías Unidas S.A., la cual se produjo con fecha 30 de noviembre 2004, y un cargo por M\$1.474 (histórico), correspondiente al efecto que se produjo por la disminución de capital de Viña Urmeneta S.A..
- Al 31 de diciembre 2004, la filial Viña San Pedro S.A. mantiene un 50% en Viña Dassault San Pedro S.A. y un 50% en Viña Tabalí S.A.. Dichas Sociedades se encuentran en período de organización y puesta en marcha. Producto de ello, la Sociedad Matriz registró en su patrimonio un déficit acumulado período de desarrollo de M\$270.986 (M\$198.647 en 2003) y M\$91.724 (M\$7.260 en 2003), respectivamente.
- Al 31 de diciembre 2004, se ha generado un cargo a la cuenta Reserva por ajuste acumulado por diferencia de conversión por M\$6.110.447 (M\$18.055.122 en 2003), quedando un saldo acumulado por M\$6.178.795 negativo (M\$68.348 negativo en 2003).

- i) Con fecha 26 de febrero de 2003 la Junta General Extraordinaria de Accionistas acordó repartir, con cargo a utilidades retenidas de ejercicios anteriores el dividendo definitivo eventual No.222, ascendente a M\$56.375.008 (histórico), correspondiendo a \$177 por acción. Este dividendo se pagó el 14 de marzo de 2003.

Conjuntamente en esta misma fecha, la Junta antes mencionada hace presente que el dividendo antes indicado, representa un poco más de la tercera parte de la suma total a repartir de M\$168.700.000 (histórico), por concepto de dividendo eventual aprobado por la Junta. Respecto al saldo de M\$112.324.992 (histórico), la Junta facultó al Directorio de la Compañía para fijar los montos y fechas de pagos.

- j) Con fecha 24 de abril de 2003, la Junta General Ordinaria de Accionistas aprobó el dividendo definitivo No.223, por M\$13.567.337 (histórico), correspondiente a \$42,59722 por acción. Se hace presente que el dividendo definitivo propuesto excede lo que corresponde a título de dividendo mínimo obligatorio, dado que el dividendo pagado en enero, de \$22 por acción, representó el 34,1% de la utilidad del ejercicio. Por ende, este dividendo definitivo No.223, corresponde en parte a la diferencia para completar el 50% definido como política de dividendo, más un monto adicional sobre dicha política, todo lo cual significa repartir el 100% de la utilidad del ejercicio.
- k) Con fecha 24 de abril de 2003, la Junta General Ordinaria de Accionistas aprobó la absorción con cargo a utilidades del año anterior del déficit período desarrollo acumulado al 31 de diciembre de 2002 por un monto equivalente a M\$1.490.485 (histórico).
- l) Con fecha 5 de agosto de 2003, en reunión de Directorio, se acordó pagar el saldo del dividendo eventual definitivo, en dos parcialidades, una de \$235 por acción el que se hizo efectivo a partir del día 29 de agosto de 2003, que se individualiza como dividendo definitivo eventual No.224 por un monto de M\$74.848.175 (histórico); y otro de \$117,66555 por acción que se pagó a contar del 10 de octubre de 2003, y correspondió al dividendo definitivo eventual No.225 por un monto de M\$37.476.817 (histórico).
- m) Con fecha 16 de diciembre de 2003 el Directorio acordó repartir, con cargo a utilidades del ejercicio 2003, el dividendo provisorio No.226 ascendente a M\$10.510.595 (histórico) correspondiente a \$33 por acción. Este dividendo se pagó el 09 de enero 2004.

- n) Número de Acciones

2004			
Serie	Número Acciones Suscritas	Número Acciones Pagadas	Número Acciones con Derecho a Voto
Unica	318.502.872	318.502.872	318.502.872

- ñ) Capital (Monto M\$)

2004		
Serie	Capital Suscrito	Capital Pagado
Unica	174.225.237	174.225.237

- o) Déficit acumulado período de desarrollo filial (Monto M\$)

Rut	Sociedad	Monto		Observaciones
		del ejercicio	acumulado	
91.041.000-8	Viña San Pedro S.A.	(270.986)	(270.986)	Déficit originado por inversión en Viña Dassault San Pedro S.A.
91.041.000-8	Viña San Pedro S.A.	(91.724)	(91.724)	Déficit originado por inversión en Viña Tabalí S.A.

Asimismo, el rubro "Otras Reservas", se compone al 31 de diciembre 2004 y 2003, como sigue:

AÑO 2004	Otras Reservas				
	Reserva por Ajuste al Valor del Activo Fijo M\$	Reservas Voluntarias M\$	Reserva por Ajuste al Valor Patrimonial Proporcional M\$	Reserva por Ajuste Acumulado por Diferencia de Conversión M\$	Total Otras Reservas M\$
Movimientos:					
Saldo histórico al 31 de diciembre de 2003	3.510.208	22	(9.437)	(66.681)	3.434.112
Ajuste acumulado por diferencia de conversión	-	-	-	(6.110.447)	(6.110.447)
Efecto patrimonial en filial	-	-	2.899.435	-	2.899.435
Corrección monetaria	87.755	1	(241)	(1.667)	85.848
Saldo al 31 de diciembre 2004	3.597.963	23	2.889.757	(6.178.795)	308.948

AÑO 2003	Otras Reservas				
	Reserva por Ajuste al Valor del Activo Fijo M\$	Reservas Voluntarias M\$	Reserva por Ajuste al Valor Patrimonial Proporcional M\$	Reserva por Ajuste Acumulado por Diferencia de Conversión M\$	Total Otras Reservas M\$
Movimientos:					
Saldo histórico al 31 de diciembre de 2002	3.475.453	-	(9.343)	17.809.336	21.275.446
Ajuste acumulado por diferencia de conversión	-	-	-	(18.055.122)	(18.055.122)
Reservas voluntarias	-	22	-	-	22
Corrección monetaria	34.755	-	(94)	179.105	213.766
Saldo al 31 de diciembre de 2003	3.510.208	22	(9.437)	(66.681)	3.434.112
Saldo al 31 de diciembre de 2003 actualizados para efectos de comparación	3.597.963	23	(9.673)	(68.348)	3.519.965

NOTA 20 OTROS INGRESOS Y EGRESOS FUERA DE LA EXPLOTACION

Bajo el rubro de ingresos fuera de la explotación se presentan los siguientes saldos:

	2004 M\$	2003 M\$
Utilidad en venta de activos fijos	3.279.506	852.410
Reverso provisión pérdida adicional en filial	1.487.659	-
Venta de vidrio y cajas plásticas	76.458	48.651
Indemnización por seguros	18.946	8.703
Arriendo de bienes raíces	8.272	25.861
Dividendos percibidos	3.301	2.007
Otros	46.493	213.232
Total	4.920.635	1.150.864

Bajo el rubro de egresos fuera de la explotación se presentan los siguientes saldos:

	2004 M\$	2003 M\$
Provisión pérdida adicional inversión en filial	275.338	2.050.866
Amortización pérdida no realizada en filiales	259.776	283.623
Pérdida en venta de activos fijos	180.344	33.303
Gasto mantención activo fijo prescindible	145.014	167.366
Provisión activo fijo prescindible	118.009	519.130
Pérdida en venta de inversión en otras sociedades	12.665	-
Provisión en inversión en otras sociedades	-	648.608
Participación de Directorio en dividendo definitivo adicional	-	528.742
Castigo de activo fijo	-	421.447
Provisión repuestos obsoletos	-	121.703
Otros	13.410	44.011
Total	1.004.556	4.818.799

En diciembre de 2004, la Compañía enajenó un terreno que formaba parte de sus activos prescindibles. El precio recibido al contado, representó una utilidad antes de impuesto de M\$5.246.353. En dicho terreno se está construyendo un edificio de oficinas y, considerando que la Compañía arrendará una porción del mismo, siguiendo criterios conservadores, se adoptó el criterio de diferir la porción de utilidad asignable al activo que permitirá acceder a beneficios futuros, la que se presenta en otros pasivos a largo plazo por M\$2.137.403.

NOTA 21 CORRECCION MONETARIA

De acuerdo con Circular No.1.560 de fecha 20 de septiembre de 2001, el rubro diferencias de cambio se presenta descontando el efecto inflacionario en una sola línea. Dicho efecto se presenta en el rubro Corrección Monetaria en una sola línea bajo el concepto "Efecto Inflacionario en Diferencia de Cambio".

	Indice de reajustabilidad	2004 M\$	2003 M\$
Activos (Cargos) / Abonos			
Depósito a plazo	IPC	409.963	397.046
Valores negociables	IPC	104.862	(12.381)
Documentos por cobrar	UF	(306)	(139)
Deudores varios	UF	(226)	(168)
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas corto plazo	UF	(97.723)	283.755
Existencias	IPC	(4.000)	(51.804)
Impuestos por recuperar	IPC	41.506	(5.919)
Gastos pagados por anticipado	IPC	3.846	7.510
Gastos pagados por anticipado	UF	1.703	(1.659)
Impuestos diferidos corto plazo	IPC	5.053	2.366
Otros activos circulantes	IPC	669.646	(410.045)
Otros activos circulantes	UF	12.420	6.126
Activo fijo	IPC	3.130.053	1.326.159
Inversiones en empresas relacionadas	IPC	9.033.129	2.624.019
Inversiones en otras sociedades	IPC	681	277
Menor valor de inversiones	IPC	381.133	165.378
Mayor valor de inversiones	IPC	(2.367)	(1.031)
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas largo plazo	UF	129.935	130.244
Impuestos diferidos largo plazo	IPC	79.909	10.169
Intangibles neto	IPC	458	271
Otros	IPC	322.579	624.961
Cuentas de gastos y costos	IPC	287.163	(7.520)
Total Abonos		14.509.417	5.087.615
Pasivos (Cargos) / Abonos			
Obligaciones con el público bonos porción corto plazo		(29.841)	(15.396)
Obligaciones con bancos e instituciones Financieras a largo plazo	UF	(311.920)	-
Obligaciones con bancos e instituciones Financieras a largo plazo porcion corto plazo	UF	(370)	-
Acreedores varios	IPC	(800)	(5.887)
Documentos por pagar	UF	207	6.222
Provisiones corto plazo	IPC	(392)	(3.564)
Provisiones corto plazo	UF	1.338	892
Impuestos diferidos corto plazo	IPC	(24)	(5)
Obligaciones con el público largo plazo (bonos)	UF	(376.857)	(206.802)
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	UF	(2.168.589)	(49.072)
Provisiones largo plazo	IPC	(219.068)	(81.482)
Impuestos diferidos largo plazo	IPC	(356.962)	(143.926)
Patrimonio	IPC	(6.542.091)	(2.293.673)
Efecto inflacionario en diferencia de cambio	IPC	(2.200.410)	(537.744)
Cuentas de ingresos	IPC	(774.685)	(30.770)
Total Cargos		(12.980.464)	(3.361.207)
Utilidad por corrección monetaria		1.528.953	1.726.408

NOTA 22 DIFERENCIAS DE CAMBIO

Al 31 de diciembre 2004 y 2003 el detalle de este rubro es el siguiente:

	Moneda	2004 M\$	2003 M\$
Activos (Cargos) / Abonos			
Disponible	US\$	196.222	(166.956)
Disponible	Euros	53	(209.434)
Depósitos a plazo	Euros	-	60.725
Valores negociables	US\$	(227.468)	(368.125)
Documentos por cobrar	US\$	(46)	(4.226)
Deudores varios	US\$	(3.982)	(610)
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas corto plazo	US\$	(86.425)	(105.806)
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas corto plazo	Euros	332	(787.467)
Existencias	US\$	(7.347)	(14.435)
Gastos pagados por anticipado	US\$	326	-
Otros activos circulantes	US\$	-	1
Inversión en otras sociedades	US\$	1	(80.395)
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas largo plazo	US\$	(1.970)	(37.091)
Otros	US\$	91	(63)
Efecto inflacionario en diferencia de cambio	US\$	2.200.410	537.744
Total (Cargos) Abonos		2.070.197	(1.176.138)
Pasivos (Cargos) / Abonos			
Obligaciones con bancos e instituciones financieras corto plazo	US\$	(21.711)	(144.288)
Obligaciones con bancos e instituciones financieras largo plazo porción corto plazo	US\$	6.573	-
Cuentas por pagar	US\$	(12.727)	21.123
Documentos por pagar	US\$	1.515	16.473
Acreedores varios	US\$	7.931	32.241
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas corto plazo	US\$	5.460	(325)
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas corto plazo	Euros	(382)	649.840
Provisiones corto plazo	US\$	-	(2.686)
Impuesto a la renta	US\$	2.886	-
Otros pasivos circulantes	US\$	8.463	61.947
Obligaciones con bancos e instituciones financieras largo plazo	US\$	(651.611)	808.818
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	US\$	1.036.667	4.169.442
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	Euros	(1.269.865)	4.445.461
Total (Cargos) Abonos		(886.801)	10.058.046
Utilidad por Diferencia de Cambio		1.183.396	8.881.908

NOTA 23 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

De acuerdo a las disposiciones de la Circular No.1501 de la Superintendencia de Valores y Seguros, a continuación se resumen las actividades de inversión y financiamiento que comprometen flujos futuros.

Flujos de Inversión

	Flujo que afecta	
	2005 M\$	2004 M\$
Compras de activo fijo	203.779	804.206

Los pagos por compras de activos fijos que vencen dentro de los próximos 90 días ascienden a M\$203.779 (M\$804.206 en 2003). No existen vencimientos superiores a 90 días en los ejercicios 2004 y 2003.

Flujos de Financiamiento

	Flujo que afecta	
	2005 a 2009 M\$	2004 a 2008 M\$
Dividendos por pagar antiguos.	649.231	721.772
Dividendo Provisorio N°226 por pagar según acuerdo de Directorio.	-	10.773.360
Dividendo Provisorio N°228 por pagar según acuerdo de Directorio.	8.599.578	-
Total	9.248.809	11.495.132

Con respecto a los dividendos por pagar antiguos, que se encuentran a disposición de los accionistas, se desconoce cuando ellos harán efectivo su cobro y en el caso de no materializarse dentro del plazo de cinco años se aplica lo instruido en el Artículo N°85 de la ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas, es decir, se destinan al cuerpo de Bomberos de Chile. El Dividendo provisorio N°226 fue cancelado el 9 de enero 2004 y el Dividendo provisorio N°228 estará a disposición de los accionistas a contar del 10 de enero 2005.

Existen además pasivos bancarios (Notas 14 y 15); y Obligaciones con el público Bonos (nota 16), que comprometen flujos futuros.

Flujos Operacionales

Bajo el rubro "Otros gastos pagados" se presenta para el año 2004 un desembolso por liquidación de contrato SWAP, ascendente a M\$10.193.397.

Efectivo y Efectivo Equivalente

La composición del saldo del efectivo y efectivo equivalente que considera solamente las inversiones financieras de fácil liquidación, sin reajustes e intereses, pactadas a un máximo de noventa días, incluyendo los instrumentos adquiridos bajo pacto de retrocompra y los fondos mutuos no accionarios es como sigue:

	2004 M\$	2003 M\$
Disponibles	2.331.361	31.448
Depósitos a plazo	35.106.071	20.940.052
Valores negociables	3.001.260	19.426.048
Otros activos circulantes	8.456.246	14.484.583
Total	48.894.938	54.882.131

NOTA 24 CONTRATOS DE DERIVADOS

Al 31 de diciembre 2004, la Compañía mantiene los siguientes contratos de cobertura:

Tipo de Derivado	Descripción de los Contratos						Cuentas Contables que Afecta			
	Valor del Contrato	Plazo de Vencimiento o Expiración	Item Específico	Posición Compra /Venta	Partida o Transacción Protegida		Valor de la Partida Protegida	Activo / Pasivo		Efecto en Resultado
					Nombre	Monto		Nombre	Monto	
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	
Swap	60.750.000	IV Trimestre 2009	Tasa interés/ tipo cambio	V	Deuda en US\$	60.750.000	55.740.000	Otros pasivos circulantes y otros pasivos largo plazo	5.422.437	638.713
Forwards	599.018	I Trimestre 2005	Tipo cambio	C	Pasivos en US\$	599.018	596.418	Pasivos circulantes	2.600	2.600

NOTA 25 CONTINGENCIAS Y RESTRICCIONES

a) Restricciones a la gestión o indicadores financieros

- i) Con fecha 4 de noviembre 2004, la Compañía a través de su agencia CCU Cayman Branch, suscribió un contrato de crédito de carácter sindicado a 5 años plazo por un monto de US\$ 100.000.000, con 10 bancos extranjeros, siendo el organizador principal el J.P. Morgan Securities Inc., constituyéndose Cervecera CCU Chile Limitada en fiadora y codeudora solidaria de la Agencia y avalista de cada uno de los pagarés suscritos al efecto. Además, Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA) otorgó, sujeta al cumplimiento previo de los parámetros financieros que se indican a continuación, iguales garantías a las antes señaladas. Estos parámetros financieros son los siguientes: 1) que el EBITDA de ECUSA represente 30% o más del EBITDA consolidado de CCU S.A. o 2) que la deuda de ECUSA represente 10% o más de la deuda consolidada de CCU S.A. El cumplimiento de cualquiera de estos dos eventos gatillará la garantía de ECUSA. El desembolso de dicho crédito se efectuó el día 9 de noviembre 2004.

Este crédito obliga a la Compañía y a las filiales Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y Cervecera CCU Chile Limitada a cumplir los siguientes índices financieros:

- Mantener una cobertura de intereses consolidada mayor o igual a 3 para Compañía Cervecerías Unidas S.A. consolidado, Cervecera CCU Chile Limitada y Embotelladoras Chilenas Unidas S.A., medida al final de cada trimestre y considerando los últimos 12 meses.
- Mantener una razón de endeudamiento consolidada menor a 3, para Compañía Cervecerías Unidas S.A. consolidado, Cervecera CCU Chile Limitada y Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.
- Mantener un patrimonio consolidado mínimo de UF 15 millones al final de cada trimestre para Compañía Cervecerías Unidas S.A.

Adicionalmente este crédito obliga a la Compañía a cumplir ciertas restricciones de carácter afirmativo, tales como cumplimiento de la ley, pago de impuestos, mantener seguros, mantener la mayoría de la propiedad y el control de todas las filiales relevantes, entre otros; y también a cumplir ciertas restricciones de carácter negativo, tales como no dar prendas, excepto las autorizadas por el contrato, no hacer fusiones excepto las permitidas, y no vender activos fijos, excepto bajo los términos establecidos por el contrato, entre otros.

- ii) En los contratos por emisión de bonos, la Compañía ha asumido el compromiso de cumplir ciertos índices financieros calculados sobre su balance consolidado o individual, los que se detallan a continuación:

Bonos Serie E

- Mantener permanentemente una razón de endeudamiento, medida sobre los estados financieros consolidados, no superior a 1,5 veces.
- Mantener permanentemente una razón de endeudamiento, medida sobre los estados financieros individuales, no superior a 1,7 veces.
- Mantener una cobertura de gastos financieros, establecida al final de cada trimestre y considerando los 4 últimos trimestres consecutivos a la FECU que se presenta, medida sobre los estados financieros consolidados e individuales, no inferior a 3 veces.
- Mantener activos libres de gravámenes por un monto igual, a lo menos, a una coma dos veces sus pasivos exigibles no garantizados, calculado y medido trimestralmente sobre los estados financieros individuales y consolidados del Emisor.
- Mantener, directa o indirectamente, la propiedad de más del cincuenta por ciento de las acciones suscritas y pagadas y de los derechos sociales de las siguientes sociedades: /i/ Cervecera CCU Chile Limitada, /ii/ Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y /iii/ Viña San Pedro S.A..
- Mantener, directamente o a través de una sociedad filial, la propiedad de la marca comercial "CRISTAL", para cerveza, en la clase treinta y dos del clasificador, actualmente inscrita y vigente a su nombre ante el Departamento de Propiedad Industrial del Ministerio de Economía. Asimismo, el Emisor se obliga a no ceder, a cualquier título, su uso, excepto a sus sociedades filiales.
- Mantener un patrimonio, tanto a nivel individual como consolidado, reflejado en cada una de sus FECU trimestrales individuales y consolidadas, por un monto a lo menos igual a quince millones de Unidades de Fomento.
- No vender, ni permitir que sean vendidos, ni ceder en propiedad y/o en uso y/o en usufructo y/o en comodato y no transferir y/o de cualquier modo, enajenar, ya sea mediante una transacción o una serie de transacciones, directa o indirectamente, mientras el Emisor no haya pagado a los Tenedores el total del capital e intereses de los Bonos en circulación, activos del Emisor y sus filiales /en adelante los "Activos Transferidos"/ cuyo valor total contabilizado en los últimos estados financieros auditados consolidados del Emisor, representen más del veinticinco por ciento del valor total contabilizado en los últimos estados financieros auditados consolidados del Emisor del total de los activos consolidados de este último.
- No efectuar inversiones en instrumentos emitidos por "personas relacionadas", salvo las acciones de pago que suscriba por aumentos de capital, ni efectuar con ellas otras operaciones, en condiciones distintas a las prevalecientes en el mercado, según lo dispuesto en el artículo ochenta y nueve de la Ley de Sociedades Anónimas. De la misma forma, las filiales del Emisor se ajustarán a lo señalado en el párrafo precedente. Se estará a la definición de "personas relacionadas" que da el artículo cien de la Ley de Mercado de Valores. El Representante de los Tenedores de Bonos podrá solicitar, y en este caso el Emisor deberá enviar al Representante de los Tenedores de Bonos, junto con los estados financieros trimestrales, la información acerca de las operaciones con "personas relacionadas" del Emisor, para verificar el cumplimiento de lo señalado en el presente número

La Compañía estima que las restricciones antes señaladas no son significativas para el normal desenvolvimiento de sus negocios, habiendo cumplido a la fecha con la totalidad de los covenants establecidos.

b) Juicios

Existen juicios iniciados contra Compañía Cervecerías Unidas S.A., los cuales la administración considera improbable que afecten los resultados y el patrimonio de la Compañía en forma significativa por estas contingencias de pérdida. En consecuencia, no se han establecido provisiones respecto a estos juicios.

c) Otros

1.- Por escritura pública de fecha 8 de mayo de 1995, la Compañía constituyó una servidumbre de acueducto en favor de EMOS S.A. para el sistema de alcantarillado de Huechuraba, el que fue inscrito en el Registro de Hipotecas a cargo del Conservador de Bienes Raíces de Santiago.

2.- Al 31 de diciembre 2004, la Compañía mantiene un contrato forward de cobertura fluctuación de moneda (US\$/) por US\$1.070.000, con vencimiento el 28 de enero 2005.

Adicionalmente al 31 de diciembre 2004 se mantiene contrato SWAP por US\$100.000.000 (US\$96.110.000 en 2003) para cubrir fluctuaciones de moneda y tasa de interés.

3.- Contexto económico argentino

Al 31 de diciembre 2004 la sociedad mantiene inversiones en Argentina que representan un 8,96% de los activos totales (9,71% al 31 de diciembre de 2003).

4.- Con fecha 14 de diciembre 2004 la Compañía firmó un Contrato de Promesa de Arriendo por 25 años, correspondientes a pisos de oficinas que se construirán en el terreno que la Compañía vendió durante el mes de diciembre 2004 (Nota 20).

Las rentas de arriendo comprometidas obedecen a condiciones de mercado.

d) Garantías Indirectas

Al 31 de Diciembre 2004 y 2003, el detalle de las garantías indirectas es el siguiente:

Deudor			Activos Comprometidos			Saldos pendientes de pago		Liberación de Garantías
Acreedor de la Garantía	Nombre	Relación	Tipo de Garantía	Tipo	Valor Contable M\$	2004 M\$	2003 M\$	2005 M\$
JP Morgan Chase	Cayman Islands Branch	Agencia	Fianza solidaria	Patrimonio	55.740.000	55.740.000	-	-
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	6.769.408	7.386.535	6.769.408
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	1.809.845	1.950.629	1.809.845
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	1.120.122	-	1.120.122
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	846.176	-	846.176
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	843.242	-	843.242
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	728.688	-	728.688
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	614.765	672.022	614.765
Banco Estado	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	453.618	489.126	453.618
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	449.231	-	449.231
Deutsche Bank A.G.	Cayman Islands Branch	Agencia	Fianza solidaria	Patrimonio	-	-	82.412.479	-
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	-	2.639.896	-
BBVA Banco BHIF	Compañía Industrial Cervecera S.A.	Filial	Fianza solidaria	Patrimonio	-	-	487.157	-

26 NOTA CAUCIONES OBTENIDAS DE TERCEROS

Al 31 de diciembre 2004, las principales cauciones, recibidas de terceros a favor de la Compañía corresponden a:

Boletas en Garantía				
Fecha	Operación que generó la caución	M\$	Otorgante	Relación con la Sociedad Informante
4-Ago-04	Suministro de tanques de fermentación y de guarda y tanques horizontales para Cervecera CCU Chile Ltda. en la planta de Santiago.	208.853	BW Bank	Proveedor del Servicio
9-Ago-04	Pasteurizador de túnel, modelo GH-1880-4R-DD, para Cervecera CCU Chile Ltda., en la planta de Santiago.	194.687	Banco Harris Trust and Savings	Proveedor del Producto
22-Jul-04	Ampliación de sala CIP envasado para Cervecera CCU Chile Ltda. en la planta de Santiago.	113.088	HypoVereinsbank	Proveedor del Servicio
16-Jun-04	Fiel cumplimiento de contrato de adquisición de máquina llenadora de latas, modelo Starcans 2000 117, y máquina selladora de latas Angelus, modelo 121L año 1999, sin uso.	96.841	Banco Nazionale del Lavoro S.P.A.	Proveedor del Producto
6-Sep-04	Suministro de máquina etiquetadora Topmatic, modelo 1800-45, para Cervecera CCU Chile Ltda., en la planta de Santiago.	92.194	COMMERZBANK AG	Proveedor del Producto
17-Dic-04	Suministro de equipo Carboblend y sus componentes, para la planta Cervecera CCU Chile Ltda.	18.629	Bank Boston	Proveedor del Producto
30-Dic-04	Suministro de moldes, para Plasco S.A.	17.128	Commercial Bank of China	Proveedor del Producto

Existen otras cauciones obtenidas de terceros ascendentes a un total de M\$21.384.

NOTA 27 MONEDA NACIONAL Y EXTRANJERA

Al 31 de diciembre 2004 y 2003, los saldos en moneda nacional y extranjera corresponden a los siguientes:

a) Activos

Rubro	Moneda	Monto	
		2004 M\$	2003 M\$
Activos circulantes			
Disponibles	Pesos no reajustables	2.307.545	14.474
Disponibles	US\$	23.109	14.930
Disponibles	Euros	707	2.044
Depósitos a plazo	Pesos no reajustables	49.154.386	20.937.853
Valores negociables	US\$	-	8.799.360
Valores negociables	Pesos no reajustables	3.052.561	10.683.162
Deudores por venta	Pesos no reajustables	28.351	46.268
Deudores varios	Pesos reajustables	-	135.718
Deudores varios	Pesos no reajustables	357.322	683.355
Deudores varios	US\$	1.517	23.229
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas corto plazo	Pesos no reajustables	1.078.420	10.821.415
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas corto plazo	Euros	55.220	3.981
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas corto plazo	US\$	1.175.891	627.637
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas corto plazo	Pesos reajustables	7.748.751	5.484.516
Existencias	US\$	-	305
Existencias	Pesos no reajustables	53.321	55.288
Impuestos por recuperar	Pesos no reajustables	1.913.782	277.410
Gastos pagados por anticipado	Pesos no reajustables	270.162	94.371
Gastos pagados por anticipado	US\$	5.806	-
Gastos pagados por anticipado	Pesos reajustables	-	13.896
Impuestos diferidos	Pesos no reajustables	79.240	206.198
Otros activos circulantes	Pesos no reajustables	9.060.525	14.665.650
Otros activos circulantes	Pesos reajustables	45.024	61.476
Activos fijos			
Terrenos	Pesos no reajustables	4.902.474	4.902.474
Construcción y obras de infraestructura	Pesos no reajustables	44.219.398	43.988.101
Maquinarias y equipos	Pesos no reajustables	115.960.936	114.302.512
Otros activos fijos	Pesos no reajustables	81.418.185	76.584.864
Otros activos fijos	US\$	204.032	167.168
Otros activos fijos	Euros	309.332	151.599
Mayor valor retasación técnica activo Fijo	Pesos no reajustables	2.737.452	2.737.452
Depreciaciones	Pesos no reajustables	(135.545.206)	(120.073.759)
Otros activos			
Inversiones en empresas relacionadas	Pesos no reajustables	316.811.339	319.438.027
Inversiones en empresas relacionadas	US\$	56.756.946	61.335.267
Inversiones en otras sociedades	Pesos no reajustables	12.814	27.938
Menor valor de inversiones	Pesos no reajustables	14.664.648	15.744.288
Mayor valor de inversiones	Pesos no reajustables	(89.997)	(97.056)
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas largo plazo	Pesos reajustables	34.380.896	18.977.371
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas largo plazo	US\$	-	11
Intangibles	Pesos no reajustables	86.489	86.489
Amortización	Pesos no reajustables	(76.394)	(67.742)
Otros	Pesos no reajustables	18.988.206	19.301.410
Otros	Pesos reajustables	851.710	473.404
Total activos			
	Pesos no reajustables	531.445.959	535.360.442
	US\$	58.167.301	70.967.907
	Euros	365.259	157.624
	Pesos reajustables	43.026.381	25.146.381

b) Pasivos Circulantes

Rubro	Moneda	Hasta 90 Días				90 Días A 1 Año			
		2004		2003		2004		2003	
		Monto	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto	Tasa Interés Promedio Anual %
		M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Obligaciones con bancos e instituciones financieras largo plazo porción	US\$	202.894	Libor+0,3	245.405	Libor + 0,75	-	-	-	-
Obligaciones con el público- porción corto plazo (bonos)	Pesos reajustables	982.680	4	1.004.826	6	865.852	4	700.947	6
Dividendos por pagar	Pesos no reajustables	9.248.809	-	11.495.132	-	-	-	-	-
Cuentas por pagar	Pesos no reajustables	1.791.421	-	2.125.010	-	72.482	-	63.502	-
Documentos por pagar	Pesos no reajustables	-	-	5.483	-	-	-	-	-
Documentos por pagar	US\$	-	-	38.040	-	-	-	-	-
Acreeedores varios	Pesos no reajustables	729.337	-	636.845	-	153.449	-	1.233.435	-
Acreeedores varios	US\$	16.199	-	32.184	-	-	-	-	-
Acreeedores varios	Pesos reajustables	39.820	-	10.541	-	-	-	-	-
Acreeedores varios	Euros	35.046	-	141.496	-	-	-	-	-
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas corto plazo	Pesos reajustables	-	-	2.072.949	-	-	-	-	-
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas corto plazo	Euros	601.699	-	578.967	-	-	-	-	-
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas corto plazo	US\$	141.776	-	250.701	-	-	-	-	-
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas corto plazo	Pesos no reajustables	21.645	-	35.133	-	-	-	-	-
Provisiones	Pesos no reajustables	1.100.952	-	750.542	-	1.547.967	-	1.701.281	-
Provisiones	US\$	-	-	4.519	-	-	-	-	-
Provisiones	Pesos reajustables	8.558	-	11.154	-	-	-	-	-
Retenciones	Pesos no reajustables	2.859.209	-	2.748.178	-	-	-	-	-
Otros pasivos circulantes	Pesos reajustables	100.516	-	-	-	-	-	-	-
Otros pasivos circulantes	Pesos no reajustables	-	-	252.608	-	-	-	-	-
Total pasivos circulantes									
	US\$	360.869	-	570.849	-	-	-	-	-
	Pesos reajustables	1.131.574	-	3.099.470	-	865.852	-	700.947	-
	Pesos no reajustables	15.751.373	-	18.048.931	-	1.773.898	-	2.998.218	-
	Euros	636.745	-	720.463	-	-	-	-	-

c) Pasivos largo plazo al 31 de diciembre 2004

Rubro	Moneda	1 A 3 Años		3 A 5 Años		5 A 10 Años		Más De 10 Años	
		Monto	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto	Tasa Interés Promedio Anual %
		M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Obligaciones con bancos e instituciones financieras	US\$	-	-	55.740.000	Libor +0,3	-	-	-	-
Obligaciones con el público largo plazo - porción corto plazo (bonos)	Pesos reajustables	5.195.115	4	3.463.410	4	8.658.525	4	15.585.345	4
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	Pesos reajustables	-	-	110.170.809	-	-	-	-	-
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	US\$	-	-	-	-	-	-	15.686.186	Libor +0,75
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	Euros	-	-	65.118.885	Libor +0,75	-	-	-	-
Provisiones largo plazo	Pesos no reajustables	-	-	5.479.042	-	301.976	-	-	-
Provisiones largo plazo	Pesos reajustables	-	-	8.770	-	-	-	-	-
Impuestos diferidos largo plazo	Pesos no reajustables	-	-	-	-	12.113.792	-	-	-
Otros pasivos largo plazo	Pesos reajustables	-	-	5.313.150	-	-	-	-	-
Otros pasivos largo plazo	Pesos no reajustables	2.137.403	-	-	-	-	-	5.408.436	-
Total pasivos a largo plazo									
	US\$	-	-	55.740.000	-	-	-	15.686.186	-
	Pesos reajustables	5.195.115	-	118.956.139	-	8.658.525	-	15.585.345	-
	Euros	-	-	65.118.885	-	-	-	-	-
	Pesos no reajustables	2.137.403	-	5.479.042	-	12.415.768	-	5.408.436	-

d) Pasivos largo plazo al 31 de diciembre 2003

Rubro	Moneda	1 A 3 Años		3 A 5 Años		5 A 10 Años		Más De 10 Años	
		Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %	Monto M\$	Tasa Interés Promedio Anual %
Obligaciones con bancos e instituciones financieras	US\$	32.866.830	Libor +0,75	49.300.245	Libor +0,75	-	-	-	-
Obligaciones con el público - porción largo plazo bonos	Pesos reajustables	2.803.784	6	780.435	6	9.521.307	6	5.827.248	6
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	US\$	-	-	-	-	-	-	16.721.123	Libor +0,75
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	Pesos reajustables	-	-	104.029.361	-	-	-	-	-
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo	Euros	-	-	63.607.091	Libor +0,75	-	-	-	-
Provisiones largo plazo	Pesos no reajustables	-	-	7.986.514	-	239.102	-	-	-
Impuestos diferidos largo plazo	Pesos no reajustables	-	-	-	-	11.359.131	-	-	-
Otros pasivos largo plazo	Pesos no reajustables	-	-	9.369.660	-	-	-	5.340.757	-
Total pasivos a largo plazo	US\$	32.866.830	-	49.300.245	-	-	-	16.721.123	-
	Pesos reajustables	2.803.784	-	104.809.796	-	9.521.307	-	5.827.248	-
	Euros	-	-	63.607.091	-	-	-	-	-
	Pesos no reajustables	-	-	17.356.174	-	11.598.233	-	5.340.757	-

NOTA 28 SANCIONES

Durante los ejercicios 2004 y 2003 la Compañía y sus Directores o Administradores no han recibido sanciones por parte de la Superintendencia de Valores y Seguros u otra autoridad administrativa.

NOTA 29 HECHOS POSTERIORES

No existen Hechos Posteriores que hayan ocurrido entre el 31 diciembre de 2004 y la fecha de emisión de estos estados financieros (28 de enero 2005) que pudieran afectarlos significativamente.

NOTA 30 MEDIO AMBIENTE

En relación con el tema medio ambiental, la Compañía mantiene un fuerte compromiso desde hace muchos años, existiendo un Programa de Gestión Ambiental, mediante el cual se asegura el cumplimiento de políticas y programas que permiten mantener un alto estándar en estas materias.

NOTA 31 DEPOSITO A PLAZO

La Compañía presenta bajo este rubro los siguientes montos invertidos en bancos e instituciones financieras, valorizada de acuerdo al criterio descrito en la nota 2 letra f).

Institución	2004 M\$	2003 M\$
Banco Security	8.904.290	5.908.100
Banco Crédito Inversiones	8.090.281	1.296.452
Banco Santander Santiago	7.618.668	3.210.138
Banco Bice	6.531.303	-
Corpbanca	5.343.810	450.872
Banco del Desarrollo	5.109.426	5.380.660
Banco de Chile	5.052.127	13.138
Deutsche Bank	2.504.481	-
BBVA Banco Bhif	-	4.678.493
Total	49.154.386	20.937.853

La tasa de interés nominal promedio de las colocaciones son las siguientes:

	2004 %	2003 %
Tasa de interés nominal	2,76	2,95

Análisis Razonado a los Estados Financieros Individuales

INDICADORES FINANCIEROS	2004	2003
1.- LIQUIDEZ		
Razón de liquidez	3,72	2,82
Definida como:		
<u>Total Activos Circulantes</u>		
<u>Total Pasivos Circulantes</u>		
Razón ácida	3,71	2,81
Definida como:		
<u>Act. Circ. - Exist. - Gts. Antic.</u>		
<u>Pasivo Circulante</u>		
2.- ENDEUDAMIENTO		
Razón de endeudamiento	1,10	1,21
Definida como:		
<u>Pas. Circ. C.P. + Pas. Circ. L.P.</u>		
<u>Total patrimonio</u>		
Proporción de la deuda de C.P. y L.P. en relación a deuda total:		
Pasivo Exigible Corto Plazo	6,2%	7,6%
Pasivo Exigible Largo Plazo	93,8%	92,4%
Cobertura de Gastos Financieros	8,6	10,7
Definida como:		
<u>Resultado antes de Imptos. e Int.</u>		
<u>Gastos Financieros</u>		
3.- ACTIVIDAD		
Total de Activos (MMS)	633.005	631.633
Rotación de Inventario	289,7	104,7
Definida como:		
<u>Costo de ventas del período</u>		
<u>Inventario Promedio</u>		
Permanencia de Inventario	1,2	3,4
Definida como:		
<u>Inventario Promedio x No. de días período (*)</u>		
<u>Costo de Ventas del período</u>		
(*) 90; 180; 270 o 360 según corresponda.		
4.- RESULTADOS		
Ventas Físicas (Hectólitros) - Consolidadas		
Cervezas Chile	3.807.485	3.718.388
Cervezas Argentina	2.101.188	1.903.525
Gaseosas, Minerales y Néctares		
Gaseosas	3.228.200	3.185.141
Minerales	812.944	761.178
Néctares	382.979	340.088
Vinos		
Chile Mercado Nacional	503.290	505.048
Chile Exportaciones	420.300	411.838
Argentina	27.682	41.026
Pisco		
Pisco	69.704	31.854
Volumen Total de Ventas	11.353.772	10.898.084
Nota: Exportaciones Cervezas Argentinas a Cervezas Chile.	(38.844)	(36.316)
Vinos Granel Chile Exportaciones	86.278	96.569
Vinos Granel Argentina	26.418	155.981

	2004	2003
Resultados Financieros - Individuales (Millones de \$)		
Ingresos de explotación	49.482	48.982
Costos de explotación	15.774	15.663
Resultado operacional	18.167	18.354
R.A.I.I.D.A. (Resultado antes de Impuestos, Intereses, Depreciación y Amortización)	70.371	78.568
Gastos Financieros	6.247	5.733
Utilidad después de impuestos	45.387	55.433
Resultado no operacional	29.319	37.364
5.- RENTABILIDAD		
Rentabilidad del patrimonio Definida como:	15,4%	15,1%
<u>Utilidad del Ejercicio</u>		
<u>Patrimonio Promedio</u>		
Rentabilidad del Activo Definida como:	7,2%	9,1%
<u>Utilidad del Ejercicio</u>		
<u>Total activo promedio</u>		
Rendimiento Activos Operacionales Definida como:	10,9%	11,4%
<u>Resultado operacional</u>		
<u>Total activos operacionales</u>		
Utilidad por acción (\$) Definida como:	142,5	174,1
<u>Utilidad del Ejercicio</u>		
<u>Total acciones suscritas y pagadas</u>		
Nº. accs.	318.502.872	
Retorno de dividendos Definida como:	3,1%	23,1%
<u>Dividendos pagados últimos 12 meses</u>		
<u>Precio acción al cierre del ejercicio</u>		
6.- OTROS		
Valor libro acción (\$) Definida como:	948,51	897,14
<u>Total Patrimonio</u>		
No. total de acciones		
Valor bolsa de la acción en \$ corrientes al cierre de cada ejercicio	2.842,0	2.635,0

El siguiente análisis razonado ha sido emitido solo para efectos de hacer un análisis individual de la Compañía y en consideración a ello, debe ser leído en conjunto con el análisis razonado de los estados financieros consolidados, que son requeridos por los principios de contabilidad generalmente aceptados en Chile.

Las tendencias observadas en los principales indicadores son:

1. LIQUIDEZ

a) Razón de liquidez:

Esta razón muestra un alza al 31 de diciembre 2004 con respecto a la misma fecha del año anterior, al pasar de 2,82 a 3,72, la cual se explica principalmente por la disminución de dividendos por pagar y la disminución de los acreedores varios en este ejercicio, además de un aumento en las inversiones financieras en el ejercicio 2004.

b) Razón ácida:

La razón ácida, por su parte, muestra un alza respecto a diciembre del año anterior, al pasar esta de 2,81 a 3,71, explicándose por las mismas razones señaladas anteriormente.

2. ENDEUDAMIENTO

La razón de endeudamiento muestra una mejora respecto a diciembre 2003 al pasar de 1,21 a 1,10, principalmente, por la disminución neta de la deuda de corto y largo plazo, que se explica por una disminución de obligaciones con bancos e instituciones financieras de corto y largo plazo de \$26.470 millones y un aumento de obligaciones con el público (bonos) de \$14.112 millones. Lo anterior, producto de una reestructuración de pasivos de largo plazo efectuada durante el último trimestre, lo que permitió capturar los beneficios de las bajas de tasas a dicha fecha como asimismo, adecuar los vencimientos de la deuda a las futuras necesidades de caja de la Compañía.

La composición de deuda de corto y largo plazo, expresada como porcentaje sobre el total de la misma, presenta variaciones respecto a diciembre 2003, principalmente por:

- i) La disminución de los pasivos de largo plazo como consecuencia de la renegociación de la deuda financiera mencionada anteriormente.
- ii) Lo anterior se ve compensado con el aumento de las obligaciones con el público, producto de la colocación de bonos serie E, que se realizó en forma posterior al pago anticipado de los bonos serie C y D realizado en septiembre 2004.

La cobertura de Gastos Financieros baja respecto a diciembre 2003, principalmente por la mayor relevancia del resultado antes de impuestos e intereses del ejercicio 2003 respecto a los gastos financieros. Esto se explica por la ausencia en este ejercicio de la utilidad extraordinaria generada en el rubro Resultados fuera de la explotación, por la venta de la inversión permanente en Karlovacka Pivovara d.d.

3. ACTIVIDAD

En relación con el total de activos de la Compañía al 31 de diciembre 2004, éstos presentan un aumento respecto de diciembre 2003. La variación se produce principalmente por el aumento de inversiones financieras en el ejercicio 2004 y cuentas por cobrar con empresas relacionadas; todo esto compensado con menores utilidades devengadas en empresas relacionadas, por ende menor inversión en empresas relacionadas.

El índice de rotación de inventario aumenta respecto a diciembre 2003 producto del menor nivel de inventarios en este ejercicio 2004, lo cual incide directamente en el índice de permanencia de inventario.

4. RESULTADOS

Ventas Físicas Consolidadas

Las ventas físicas del año 2004 alcanzaron a 11,3 millones de hectólitros (11.315 mil hectólitros (MHls.)), un aumento de 4,2% respecto del mismo período del año anterior.

Este aumento se explica principalmente por la recuperación de la economía argentina después de la fuerte caída del año 2002, lo que se tradujo en que el segmento de cervezas en Argentina fue el de mayor impacto en el crecimiento con un aumento de 10,4%, equivalente a 198 MHls. Por otro lado, el crecimiento en Chile también estuvo liderado por la categoría cervezas que creció 2,4%, ó 89 MHls., debido en parte a la incorporación de la marca Heineken, a la mayor actividad económica y a los frutos obtenidos por el Plan ACC (Aumento de Consumo de Cerveza) iniciado el año 2001. Minerales en Chile creció 6,8%, ó 52 MHls. y gaseosas aumentó 1,4%, ó 43 MHls. Néctares continuaron con un crecimiento de dos dígitos, que viene mostrando desde el relanzamiento de la marca Watt's el año 1999 y aumentó en este caso 12,6%, equivalente a 43 MHls. Adicionalmente, crecieron las exportaciones de vino envasado desde Chile 2,1%, ó 8 MHls. Asimismo, hay que considerar el aporte del nuevo negocio del pisco en Chile que creció 118,8%, ó 38 MHls. Los crecimientos antes mencionados estuvieron parcialmente compensados por vinos en Argentina y en el mercado doméstico chileno que disminuyeron 32,5% y 0,3%, ó 13 MHls. y 2 MHls., respectivamente, debido al mayor foco puesto por Viña San Pedro en rentabilizar esos mercados por la vía de mejores márgenes.

Resultados de la Compañía - Individual

La utilidad para este ejercicio alcanzó a \$45.394 millones, un 18,1% más baja que la utilidad registrada el año anterior, en que ésta llegó a \$55.440 millones.

En términos globales, esta disminución del resultado neto de \$10.046 millones se compone de:

- i) un menor Resultado de explotación de \$187 millones.
- ii) un menor Resultado fuera de la explotación de \$8.045 millones.
- iii) un mayor Impuesto a la renta de \$1.814 millones.

El detalle de las principales variaciones que explican la disminución de \$187 millones en el Resultado de explotación es el siguiente:

Ingresos de Explotación: registraron durante el presente ejercicio un aumento respecto al año 2003 de un 1,02%, debido fundamentalmente a un incremento en servicios cobrados a filiales.

Costos de Explotación: los Costos de explotación experimentaron un aumento respecto al año 2003 de un 0,71%.

Margen de Explotación: aumentó en \$388 millones, 1,16% respecto del ejercicio anterior, que se explica por el aumento del 1,02% de los ingresos de explotación, parcialmente compensado con un aumento de los costos de explotación en un 0,71%.

Gastos de Administración y Ventas: registran un aumento ascendente a \$576 millones, 3,85% de variación. Dentro de las variaciones que explican este ascenso se encuentran el aumento de las remuneraciones producto de la incorporación a la Compañía de las áreas de administración y de crédito y cobranzas, parcialmente compensado con menores depreciaciones de activo fijo, menores gastos por concepto de remuneraciones del Directorio y menores gastos de publicidad.

Por otra parte, el Resultado fuera de la explotación disminuyó en \$8.045 millones respecto del ejercicio anterior, pasando desde una utilidad de \$37.364 millones el ejercicio 2003 a una utilidad de \$29.319 millones durante el presente ejercicio. Esta disminución se explica fundamentalmente, por la baja en la Utilidad inversiones empresas relacionadas de \$10.354 millones, menor utilidad por diferencia de cambio y menores ingresos financieros, lo que se compensa por la disminución en Pérdidas en inversión en empresas relacionadas de \$5.593 millones.

El detalle de cada uno de los componentes del Resultado fuera de explotación es el siguiente:

Ingresos Financieros: disminuyen respecto del ejercicio 2003, pasando de \$2.473 millones a \$16 millones, representando una variación de 99,35% entre ambos ejercicios, principalmente, como consecuencia de los menores montos promedios mantenidos en inversiones financieras durante el ejercicio 2004, sumado a una disminución de las tasas de interés real durante el año 2004 al mantenerse en rangos similares las tasas nominales durante ambos años, pero con una inflación que alcanzó al 2,5% el año 2004 en comparación con el 1% que alcanzó el año anterior.

Utilidad Inversiones Empresas Relacionadas: este concepto presenta una disminución ascendente a \$10.354 millones principalmente debido a la ausencia en este ejercicio 2004 de la utilidad por la venta de acciones que poseía la filial Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. a través de Inversiones Ecusa S.A. y esta a su vez a través de Southern Breweries Establishment en la Sociedad Karlovacka Pivovara d.d, y que alcanzó a los \$20.617 millones, compensado esto con mejores resultados en la filial Cervecería CCU Chile Limitada, Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y Southern Breweries Establishment.

Otros Ingresos Fuera de la Explotación: aumentan desde \$1.151 millones del año anterior a \$4.921 millones el presente año. Dada principalmente por la venta de un terreno de propiedad de CCU S.A., y respecto del cual se reconoció un monto ascendente a \$3.108 millones, equivalente a un 60% de la utilidad total. El restante 40% se registró como una utilidad diferida, toda vez que la Compañía mantiene una opción de compra sobre cierta cantidad de pisos del edificio que terceros, no relacionados con la Compañía y/o sus filiales, construirán sobre dicho terreno.

Pérdida Inversión Empresas Relacionadas: disminuye en \$5.593 millones respecto de igual ejercicio del año anterior, principalmente producto de las menores pérdidas en Cervecería Austral S.A., Southern Breweries Establishment y Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A..

Amortización Menor Valor de Inversiones: no existen aspectos relevantes que destacar.

Gastos Financieros: aumentan en un 8,97%, equivalentes a una variación de \$514 millones con respecto al ejercicio anterior, debido principalmente a mayores gastos financieros producto a que en promedio la deuda financiera fue mayor este año 2004 respecto al 2003.

Otros Egresos Fuera de la Explotación: pasan de \$4.819 millones del año anterior a \$1.005 millones este año, principalmente producto de la disminución en la pérdida adicional inversión en filial Piscoonor S.A. y por el pago extraordinario efectuado el año anterior por concepto de participación Directores, en relación con el dividendo pagado durante el mes de mayo 2003, parcialmente compensada con mayores pérdidas en ventas de activo fijo este ejercicio 2004.

Corrección Monetaria: muestra un saldo positivo de \$1.529 millones en el año 2004 en relación con el saldo positivo de \$1.726 millones que muestra el año anterior. Esta se explica principalmente por la mayor inflación este año 2004 y por el efecto inflación en diferencia de cambio.

Diferencias de Cambio: muestra un saldo de \$1.183 millones en el ejercicio 2004, en relación con el saldo de \$8.882 millones que presenta el año anterior, registrándose una variación de 86,68%, lo cual se justifica por la disminución del Dólar este ejercicio 2004 menor en \$88,41 respecto a la variación del ejercicio 2003, la que se vió compensada por el aumento del Euro durante el ejercicio 2004. Todo lo cual impactó en los Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas largo plazo.

A lo anterior se le suman los siguientes efectos:

Impuesto a la Renta: el cargo por Impuesto a la renta aumentó en \$1.814 millones en relación con el ejercicio anterior, al pasar de \$285 millones a \$2.099 millones, debido a mayores gastos por impuestos diferidos, compensado con un menor gasto por impuesto de primera categoría.

En cuanto al Resultado antes de Impuestos, Intereses, Depreciación y Amortización (RAIIDA), este pasa de \$78.894 millones del ejercicio anterior a \$70.475 millones el 2004, explicándose esta baja, principalmente, por la ausencia de la utilidad extraordinaria en la venta de las acciones de Karlovacka Pivovara d.d.

5. RENTABILIDAD

La rentabilidad del patrimonio sube desde un 15,1% a un 15,4% al comparar los ejercicios 2004 y 2003. Este aumento se explica, principalmente, por la disminución del patrimonio promedio al cierre del año 2004, producto de los pagos de dividendos durante el ejercicio 2003, parcialmente compensados con una menor utilidad neta obtenida en el presente ejercicio, mas que explicada por la ya antes mencionada ganancia no operacional extraordinaria por la venta de la cervecera croata Karlovacka Pivovara d.d. durante el año 2003.

La rentabilidad del Activo disminuye de un 9,1% a un 7,2% respecto de igual ejercicio del año anterior como consecuencia de la menor utilidad registrada el año 2004 en comparación con el año 2003.

El rendimiento de los Activos Operacionales disminuye de un 11,4% a un 10,9%, esto producto de mayores activos operacionales este ejercicio 2004.

La disminución en la Utilidad por Acción al 31 de diciembre 2004, respecto a la misma fecha del año anterior, al pasar ésta de \$174 a \$143 por acción, se explica, principalmente, por la ausencia de la utilidad extraordinaria generada por la venta de las acciones de Karlovacka Pivovara d.d. en marzo del año anterior.

Con relación al Retorno de Dividendos, este indicador presenta una disminución de 20 puntos porcentuales para el ejercicio 2004 en comparación con el ejercicio anterior, al pasar de 23,1% a 3,1%, variación que se explica principalmente por el pago de Dividendos Eventuales No.222, No.224 y No.225, por un total \$168.700 millones, parcialmente compensado por el aumento en el valor de la acción al 31 de diciembre 2004 en relación con la misma fecha del año anterior.

6. DIFERENCIAS ENTRE VALOR LIBROS Y EL VALOR DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES ACTIVOS

Los estados financieros al 31 de diciembre 2004 han sido preparados de acuerdo con principios contables generalmente aceptados y normas generales y específicas de la Superintendencia de Valores y Seguros, organismo bajo cuya fiscalización se encuentra la Compañía. La valorización de los activos incluye el ajuste por corrección monetaria y provisiones para llevar algunos de los bienes raíces de carácter prescindible a su probable valor de mercado.

Existen activos importantes con valor de mercado que no se encuentran reflejados en los estados financieros y que son las marcas que la empresa y sus filiales poseen y ciertos activos disponibles para la venta (bienes raíces y activos fijos). Con excepción de lo anterior los activos reflejan en general su valor de mercado.

7. ANALISIS DE LOS MERCADOS, COMPETENCIA Y PARTICIPACION RELATIVA (Consolidado)

Competencia y participaciones de Mercado:

Cervezas en Chile:

En este segmento CCU es líder, con una participación de mercado estimada en 90% acumulada a septiembre de 2004, dos puntos mayor a la que tenía un año antes. El principal competidor es Cervecerías Chile (Quilmes de Argentina). Las participaciones de mercado se actualizan cuando Quilmes hace públicos sus resultados trimestrales.

Cervezas en Argentina:

CCU Argentina tenía una participación de mercado de 15% el año 2004. El principal competidor es Quilmes, con una participación de 78%, que incluye la participación de Brahma luego del acuerdo entre Quilmes y AmBev, según estimaciones de la Cámara Cervecera Argentina. Para año 2003 la participación de mercado de CCU Argentina fue 14%.

Gaseosas en Chile:

De acuerdo a AC Nielsen, ECUSA tenía una participación de mercado para el año 2004 de 22%. Sus principales competidores son los embotelladores de Coca-Cola con 66% de participación, y las marcas privadas de supermercados y segundas marcas con 12% de participación. El año anterior la participación de mercado de ECUSA fue 23%.

Néctares en Chile:

De acuerdo a AC Nielsen, ECUSA tenía una participación de mercado para el año 2004 de 52% en el segmento de néctares en botella. Sus principales competidores son los embotelladores de Coca-Cola (néctar Andina y Andifrut) con 31% de participación y Yuz con 7% del mercado. El año anterior la participación de mercado de ECUSA fue similar.

Minerales en Chile:

De acuerdo a AC Nielsen, ECUSA tenía una participación de mercado para el año 2004 de 64%. Su principal competidor es Vital con 30% de participación. El año anterior la participación de mercado de ECUSA fue similar.

Vinos en Chile Mercado Nacional:

En el mercado doméstico, Viña San Pedro, de acuerdo a estimaciones de AC Nielsen, tenía una participación de mercado para el año 2004 de 17%, siendo sus principales competidores Viña Concha y Toro y Viña Santa Rita con 25% ambas compañías. El año anterior Viña San Pedro tenía una participación similar.

Vinos en Chile Exportación Envasados:

En este mercado Viña San Pedro (VSP), de acuerdo a estimaciones de la Asociación de Viñas de Chile, tenía una participación de mercado en volumen acumulada a noviembre 2004 de 15%. Sus principales competidores son Viña Concha y Toro y Viña Santa Rita con 30% y 6%, respectivamente. El año anterior la participación de mercado de Viña San Pedro fue 18%, la disminución se explica por el proceso de racionalización de mercados que llevó a cabo VSP durante 2004, priorizando la rentabilidad del negocio en vez del crecimiento de éste.

8. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Al 31 de diciembre 2004 se generó un flujo neto total negativo de \$4.638 millones que se explica, principalmente, por flujos negativos generados por las actividades de financiamiento e inversión, las cuales ascienden a \$7.156 millones y \$42.339 millones, respectivamente, además de un flujo positivo por actividades de operación ascendente a \$44.856 millones. El resultado negativo proveniente de actividades de financiamiento se explica principalmente por los pagos de préstamos, los pagos de dividendos y el pago de obligaciones con el público, compensado por los otros préstamos obtenidos de empresas relacionadas y la obtención de un nuevo crédito sindicado por US\$100 millones y la colocación de la Serie E de bonos por UF 2.000.000. En el caso del flujo de inversión, su resultado negativo es explicado básicamente por el aumento de pago de los préstamos obtenidos con empresas relacionadas e incorporación de activos fijos y la inversión en instrumentos financieros. El resultado positivo proveniente de actividades de la operación se explica, en lo principal, porque la recaudación de deudores por ventas y los dividendos percibidos, excedió largamente a lo pagado a proveedores, intereses pagados e impuestos respectivamente. Lo anterior, se tradujo en una disminución del saldo final de efectivo y efectivo equivalente, que pasó de \$54.882 millones al 31 de diciembre 2003 a \$48.895 millones al 31 de diciembre 2004.

9. ANALISIS DE RIESGO CAMBIARIO Y TASAS DE INTERES

La Compañía mantiene, en general, calzada su exposición en moneda extranjera por la vía de realizar operaciones de derivados o de utilizar el mecanismo de protección de Boletín Técnico No.64 del Colegio de Contadores de Chile A.G.

La Compañía mantiene deudas bancarias en dólares de largo plazo por US\$100,4 millones (crédito sindicado suscrito a través del banco JP Morgan Chase), equivalente a \$55.943 millones, a 5 años plazo, con pago de intereses trimestrales a partir del 9 de febrero del 2005 y con un pago único de capital el 9 de noviembre de 2009. Este crédito se encuentra cubierto frente a las variaciones del tipo de cambio mediante contratos de "cross currency swap" por un monto equivalente a US\$100 millones. Al 31 de diciembre la Compañía ha dejado de utilizar el mecanismo de hedgear parte de sus pasivos contra las inversiones que mantiene en el exterior, de acuerdo a lo que permite el Boletín Técnico No.64 del Colegio de Contadores Chile A.G.

Adicionalmente, la Compañía mantiene deudas en UF (obligaciones con el público, Bonos) ascendentes a \$34.751 millones.

Desde el punto de vista de la tasa de interés, los pasivos que la Compañía mantiene en UF (Obligaciones con el público, Bonos) se encuentran a una tasa de interés fija en UF, en tanto su deuda bancaria en dólares (crédito sindicado) ésta a una tasa de interés variable en dólares. Respecto de esta deuda en dólares, el 100% de ella se encuentra reexpresada en Unidades de Fomento a una tasa de Interés fija debido a la existencia de contratos Cross Currency Swap, ya antes mencionado.

La Compañía presenta al 31 de diciembre 2004 una alta proporción de su deuda a una tasa de interés fija.

Hechos Relevantes de los Estados Financieros Individuales

Durante el ejercicio 2004, Compañía Cervecerías Unidas S.A. informó a la Superintendencia de Valores y Seguros y a las bolsas de valores, lo siguiente:

En carácter de hecho relevante:

- 1.- Con fecha 12 de enero 2004 se informó que la filial Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. adquirió el 50% del capital social de la Sociedad "Calaf S.A." perteneciendo el 50% restante, a la Sociedad Empresas Lucchetti S.A.

A través de Calaf S.A. se ha formalizado con fecha 9 de enero 2004 la compra de los activos que integraban el negocio Calaf, operación que en principio se realizaba a través de otra Sociedad, según lo informado a la Superintendencia de Valores y Seguros, con fecha 17 de diciembre 2003.

Finalmente se hace presente que la referida compra de activos se encuentra inserta dentro del proyecto para diversificar la principal línea de negocios que conduce Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.

- 2.- Con fecha 5 de marzo 2004 se informó el acuerdo del Directorio adoptado en la sesión ordinaria celebrada el día 3 de marzo último, de proponer a la Junta General Ordinaria de Accionistas que tendrá lugar el día 22 de abril próximo, la aprobación, con cargo a la utilidad del ejercicio del año 2003, del reparto del Dividendo Definitivo No.227 de \$51,58670 por acción, cuyo monto total a repartir asciende a M\$16.430.512.

Dicho Dividendo Definitivo corresponde a la diferencia necesaria para completar un total a repartir del 50% de la utilidad del ejercicio del año 2003, por cuanto el Dividendo Provisorio No.226 ya pagado, de \$33 por acción, representó el 19,50661% de dicha utilidad. En consecuencia, dicho Dividendo Definitivo No.227 equivale a un 30,49339% de dicha utilidad, enterándose así el 50% definitivo como política de dividendos.

- 3.- Con fecha 23 de abril 2004, se comunica que en la 101 Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 22 de abril se renovó totalmente el Directorio de Compañía Cervecerías Unidas S.A., eligiéndose por un período de tres años, a las siguientes personas:

- Jorge Carey Tagle
- Andrónico Luksic Craig
- Guillermo Luksic Craig
- Giorgio Maschietto Montuschi
- Manuel José Noguera Eyzaguirre
- Carlos Olivos Marchant
- Philippe Pasquet
- Francisco Pérez Mackenna
- Alejandro Strauch Aznarez

- 4.- Con fecha 22 de abril 2004 la Junta General Ordinaria de Accionistas aprobó el reparto del Dividendo Definitivo No.227 de \$51,58670 por acción, el cual se puso a disposición de los señores accionistas a contar del 30 de abril 2004.

- 5.- Con fecha 3 de diciembre 2004 se informó que en Sesión Ordinaria de Directorio de fecha 1 de diciembre 2004, se acordó, con cargo a las utilidades del ejercicio, el reparto del Dividendo Provisorio No.228, de \$27 por acción, ascendiendo el monto total a repartir a M\$8.599.578.

En carácter de hecho esencial:

- 1.- Con fecha 17 de marzo de 2004, se informa que en reunión extraordinaria celebrada el día 16 de marzo, el Directorio acordó que la administración de CCU apoye a Anheuser-Busch Companies, Inc. ("A-BC") en la ejecución de una eventual oferta secundaria de las acciones de la emisión de CCU poseídas por una filial de A-BC.

Lo anterior, en el entendido de que la eventual disposición o enajenación por parte de A-BC de sus acciones en CCU, no afectará los términos y vigencia de los contratos sobre la marca Budweiser en Argentina y de distribución en Chile.

2.- Con fecha 19 de marzo 2004, se complementó el hecho esencial anterior, con el objeto de explicitar que la oferta secundaria de acciones que tiene la intención de realizar Anheuser-Busch Companies, Inc. (A-BC) se refiere a la acciones de CCU poseídas por su filial Anheuser-Busch International Holdings, Inc Chile II Ltda., la que, dependiendo de varios factores, según lo han anunciado, prevén realizar tanto en el ámbito nacional como internacional.

En cuanto al apoyo que la administración de CCU brindaría a dicha operación de A-BC, y en lo que a CCU concierne, el mismo solo implica lo siguiente:

a. La entrega de la información financiera de CCU actualizada, lo que en la práctica se traduce en la preparación conforme a los requerimientos de la Securities and Exchange Commission (SEC) del prospecto a registrarse, el que principalmente contiene información similar a la de la Memoria y los estados financieros al 31 de diciembre 2003 bajo norma contable norteamericana; información que igualmente esta Compañía debe proporcionar a la SEC con motivo del informe 20F anual.

Asimismo, y dependiendo de la época en que dicha oferta secundaria se llevare a efecto, podría ser necesario actualizar, igualmente bajo norma contable norteamericana, los estados financieros del primer trimestre del año en curso.

b. También se considera la cooperación de CCU para el registro del Informe F3, requerido para estos efectos por la SEC.

c. En el evento de que la SEC formule observaciones y/o pida aclaraciones sobre la información proporcionada por CCU en el prospecto registrado, ésta absolverá las mismas dando oportuna respuesta.

d. También se contempla la participación de algunos ejecutivos de CCU en el due dilligence que practiquen los bancos de inversión que asistan a A-BC en esta operación, así como también en los roadshows que se realicen para responder las inquietudes de los inversionistas, tanto en Chile como en el extranjero.

Por último, se hace presente que el referido apoyo no implicará costo alguno para CCU.

3.- Con fecha 15 de septiembre de 2004 se solicitó la inscripción en el Registro de Valores de una emisión de bonos por un monto fijo de UF 2.000.000.

Esto en función al acuerdo adoptado en sesión de Directorio No.1928 de fecha 01 de septiembre 2004.

4.- Con fecha 7 de octubre 2004, se comunica que en la sesión ordinaria de Directorio celebrada el día 6 de octubre, se acordó efectuar los trámites necesarios para formalizar el apoyo de Compañía Cervecerías Unidas S.A. en la oferta secundaria de acciones que realizará Anheuser-Busch Companies, Inc.(A-BC) por las acciones de la Compañía que posee la filial Anheuser-Busch International Holdings, Inc. Chile II Ltda.

5.- Con fecha 29 de octubre 2004 se informó que con carta de fecha 28 de octubre 2004, Anheuser-Busch Companies Inc. (A-BC) ha informado a esta Compañía, que gestionara la venta de las acciones que posee en CCU, dentro del mercado chileno, sin efectuar el trámite de registro con arreglo a las leyes sobre valores de los Estados Unidos de Norteamérica.

En la referida carta, A-BC también indica que dado lo anterior, no procede que CCU presente a registro ante la Securities and Exchange Commission (SEC), el informe F3, ni en general cumpla con ningún requerimiento de la ley o la práctica norteamericana.

En consecuencia se modifica el sentido indicado en hechos esenciales del 19 de marzo y 7 de octubre, ya que la venta, de llevarse a cabo, lo será sin la participación de CCU en lo antes señalado.

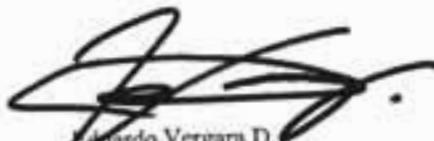
PricewaterhouseCoopers
RUT: 81.513.400-1
Santiago de Chile
Av. Andrés Bello 2711
Torre Costanera - Pisos 3, 4 y 5
Las Condes
Teléfono: (56) 940 0000

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

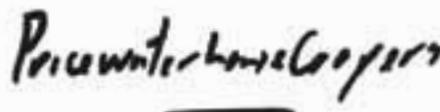
Santiago, 28 de enero de 2005

Señores Accionistas y Directores
Compañía Cervecerías Unidas S.A.

- 1 Hemos efectuado una auditoría a los balances generales de Compañía Cervecerías Unidas S.A. al 31 de diciembre de 2004 y 2003 y a los correspondientes estados de resultados y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas. La preparación de dichos estados financieros (que incluyen sus correspondientes notas) es responsabilidad de la administración de Compañía Cervecerías Unidas S.A. Nuestra responsabilidad consiste en emitir una opinión sobre estos estados financieros, con base en las auditorías que efectuamos.
- 2 Nuestras auditorías fueron efectuadas de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile. Tales normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo con el objeto de lograr un razonable grado de seguridad de que los estados financieros están exentos de errores significativos. Una auditoría comprende el examen, a base de pruebas, de evidencias que respaldan los importes y las informaciones revelados en los estados financieros. Una auditoría comprende, también, una evaluación de los principios de contabilidad utilizados y de las estimaciones significativas hechas por la administración de la Sociedad, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros. Consideramos que nuestras auditorías constituyen una base razonable para fundamentar nuestra opinión.
- 3 Los estados financieros al 31 de diciembre de 2004 y 2003 han sido preparados para reflejar la situación financiera individual de Compañía Cervecerías Unidas S.A., a base de los criterios descritos en Nota 2, antes de proceder a la consolidación línea a línea, de los estados financieros de las filiales detalladas en Nota 11. En consecuencia, para su adecuada interpretación, estos estados financieros individuales deben ser leídos y analizados en conjunto con los estados financieros consolidados de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y filiales, los que son requeridos por los principios de contabilidad generalmente aceptados.
- 4 En nuestra opinión, los mencionados estados financieros presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Compañía Cervecerías Unidas S.A. al 31 de diciembre de 2004 y 2003, los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, de acuerdo con los criterios descritos en Nota 2.

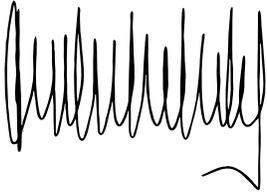


Eduardo Vergara D.
RUT: 6.810.153-0



DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Los directores y el Gerente General que suscriben esta memoria por el ejercicio terminado al 31 de diciembre del 2003, declaran bajo juramento que el contenido de ella es veraz conforme a la información que han tenido en su poder.



Guillermo Luksic Craig
Presidente
6.578.597-8



Giorgio Maschietto Montuschi
Vicepresidente
4.344.082-9



Jorge Carey Tagle
Director
4.103.027-5



Andrónico Luksic Craig
Director
6.062.786-K



Manuel José Noguera Eyzaguirre
Director
5.894.519-6



Carlos Olivos Marchant
Director
4.189.536-5



Philippe Pasquet
Director
48.090.105-3



Francisco Pérez Mackenna
Director
6.525.286-4



Alejandro Strauch Aznarez
Director
48.089.689-0



Patricio Jottar Nasrallah
Gerente general
7.005.063-3

Estados Financieros Filiales Resumidos

COMPAÑÍA CERVECERIAS UNIDAS S.A.
31 de diciembre 2004

Contenido

Cervecera CCU Chile Ltda.
Aguas Minerales Cachantun S.A.
Fábrica de Envases Plásticos S.A.
Transportes CCU Ltda.
Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y Filiales
Pisconor S.A.
Viña San Pedro S.A. y Filiales
Southern Breweries Establishment
Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y Filiales
Comercial Calafquén S.A.

Los estados financieros completos se encuentran a disposición del público en las oficinas de la compañía y de la Superintendencia de Valores y Seguros

Balances Generales Resumidos de Filiales

Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre 2004 y 2003

	Cervecera CCU Chile Ltda.		Aguas Minerales Cachantun S.A.		Fábrica de Envases Plásticos S.A.		Transportes CCU Ltda.		Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y filiales	
	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
ACTIVO										
Activo circulante	49.935.141	52.893.479	44.340	37.780	7.147.474	5.656.658	17.606.518	9.961.058	29.880.161	27.209.302
Activo fijo	12.301.003	12.724.429	326.415	333.656	11.685.385	12.121.007	2.062.465	1.387.957	41.163.214	47.578.578
Otros activos	9.306.613	6.862.882	12.134.235	10.528.460	12.868	28.128	710.706	1.013.810	150.784.296	151.129.985
Total activos	71.542.757	72.480.790	12.504.990	10.899.896	18.845.727	17.805.793	20.379.689	12.362.825	221.827.671	225.917.865
PASIVO Y PATRIMONIO										
Pasivo circulante	33.893.511	34.350.572	17.509	20.894	5.076.527	5.356.008	9.816.498	6.669.714	22.680.827	20.574.378
Pasivo largo plazo	10.971.011	1.212.235	-	-	5.291.637	4.921.638	14.151.297	10.768.876	6.252.425	16.566.134
Interés minoritario	-	-	-	-	-	-	-	-	10.637	26.519
Capital y reservas	18.626.505	18.626.505	5.220.981	4.909.907	7.068.554	7.068.554	37.683	37.683	183.903.291	152.665.872
Resultados acumulados	53.535	5.229.977	5.480.561	4.967.246	(31.644)	(31.165)	(5.113.448)	(4.105.157)	-	16.933.161
Utilidad (Pérdida) del ejercicio	14.965.436	13.061.501	1.785.939	2.055.160	1.440.653	1.485.781	1.487.659	(1.008.291)	8.980.491	22.714.774
Dividendos provisorios	(6.967.241)	-	-	(1.053.311)	-	(995.023)	-	-	-	(3.562.973)
Déficit acumulado período de desarrollo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total pasivos y patrimonio	71.542.757	72.480.790	12.504.990	10.899.896	18.845.727	17.805.793	20.379.689	12.362.825	221.827.671	225.917.865

Estados de Resultados Resumidos de Filiales

Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre 2004 y 2003

	Cervecera CCU Chile Ltda.		Aguas Minerales Cachantun S.A.		Fábrica de Envases Plásticos S.A.		Transportes CCU Ltda.		Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y filiales	
	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
RESULTADO OPERACIONAL										
Ingresos de la explotación	186.946.460	180.095.490	873.209	874.904	16.330.849	15.684.867	49.229.775	42.861.307	124.703.741	115.275.173
Menos: Costos de la explotación	(104.265.438)	(104.893.447)	(7.265)	(7.279)	(13.730.038)	(12.939.833)	(44.545.463)	(41.182.736)	(63.014.278)	(58.698.053)
Margen de la explotación	82.681.022	75.202.043	865.944	867.625	2.600.811	2.745.034	4.684.312	1.678.571	61.689.463	56.577.120
Menos: Gastos de Adm. y ventas	(63.425.719)	(58.946.747)	(45.236)	(32.025)	(970.988)	(1.060.388)	(2.778.408)	(2.842.149)	(50.528.185)	(45.706.388)
Resultado operacional	19.255.303	16.255.296	820.708	835.600	1.629.823	1.684.646	1.905.904	(1.163.578)	11.161.278	10.870.732
RESULTADO NO OPERACIONAL										
Más: Ingresos fuera de la explotación	113.676	167.838	1.108.881	1.356.940	880	937	3.166	5.262	1.477.345	21.543.367
Menos: Egresos fuera de la explotación	(113.193)	(582.611)	(25)	(279)	(156.076)	(13.247)	(235)	-	(651.178)	(3.316.348)
Más (Menos): Corrección monetaria	(378.122)	(191.819)	(5.428)	241	66.747	(13.257)	(59.745)	(64.598)	(86.654)	221.642
Más (Menos): Diferencias de cambio	(5.744)	(49.011)	-	-	247.191	165.312	(9.309)	662	(1.375.847)	(4.443.973)
Resultado no operacional	(383.383)	(655.603)	1.103.428	1.356.902	158.742	139.745	(66.123)	(58.674)	(636.334)	14.004.688
Resultado antes de impuesto a la renta	18.871.920	15.599.693	1.924.136	2.192.502	1.788.565	1.824.391	1.839.781	(1.222.252)	10.524.944	24.875.420
Más (Menos) : Impuesto a la renta	(3.906.484)	(2.538.192)	(138.197)	(137.342)	(347.912)	(338.610)	(352.122)	213.961	(1.799.718)	(2.437.280)
Utilidad consolidada	14.965.436	13.061.501	1.785.939	2.055.160	1.440.653	1.485.781	1.487.659	(1.008.291)	8.725.226	22.438.140
Más (Menos): Interés minoritario	-	-	-	-	-	-	-	-	1.878	(599)
Más: Amortización mayor valor de inv.	-	-	-	-	-	-	-	-	253.387	277.233
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO	14.965.436	13.061.501	1.785.939	2.055.160	1.440.653	1.485.781	1.487.659	(1.008.291)	8.980.491	22.714.774

	Pisconor S.A.		Viña San Pedro S.A. y filiales		Southern Breweries Establishment		Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y filiales		Comercial Calafquén S.A.	
	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$
	4.001.430	2.480.644	60.966.026	56.377.034	603.731	580.280	12.340.910	11.866.344	1.190	1.025
	2.622.441	1.541.980	58.494.744	61.474.950		-	58.924.052	62.498.908	-	-
	305.490	240.628	9.082.684	7.612.997	65.119.878	63.608.152	16.312.333	17.370.261	-	-
	6.929.361	4.263.252	128.543.454	125.464.981	65.723.609	64.188.432	87.577.295	91.735.513	1.190	1.025
	1.822.323	999.993	44.142.520	43.219.678	33.741	10.676	22.743.803	22.136.473	-	-
	6.591.409	4.472.292	5.167.859	3.058.233	-	-	873.188	556.405	989	-
	-	-	2.876	2.746	-	-	278.426	294.227	-	-
	1.064	1.064	59.779.967	61.355.968	3.599.205	3.599.205	127.889.465	133.793.615	1.025	1.025
	(1.210.097)	(167.522)	17.106.033	15.422.960	60.578.551	22.532.620	(65.045.207)	(59.152.674)	-	-
	(275.338)	(1.042.575)	2.945.458	2.755.258	1.512.112	38.045.931	837.620	(5.892.533)	(824)	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	(601.259)	(349.862)	-	-	-	-	-	-
	6.929.361	4.263.252	128.543.454	125.464.981	65.723.609	64.188.432	87.577.295	91.735.513	1.190	1.025

	Pisconor S.A.		Viña San Pedro S.A. y filiales		Southern Breweries Establishment		Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y filiales		Comercial Calafquén S.A.	
	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$	2004 M\$	2003 M\$
	8.400.497	4.748.000	81.050.335	83.901.923	-	-	40.241.730	32.540.441	-	-
	(6.293.505)	(3.761.918)	(55.319.608)	(57.332.650)	-	-	(21.450.417)	(19.741.796)	-	-
	2.106.992	986.082	25.730.727	26.569.273	-	-	18.791.313	12.798.645	-	-
	(2.418.714)	(2.121.471)	(20.213.244)	(22.325.910)	(10.746)	-	(18.725.342)	(16.447.032)	(996)	-
	(311.722)	(1.135.389)	5.517.483	4.243.363	(10.746)	-	65.971	(3.648.387)	(996)	-
	426	13	247.182	130.736	1.863.122	43.099.189	113.374	180.691	20	-
	(68)	(1.014)	(1.648.964)	(1.513.965)	(16.138)	(102.738)	(2.492.826)	(2.580.563)	-	-
	(35.518)	(117.761)	(384.648)	(511.606)	62.314	(183.034)	42.925	23.033	(17)	-
	7.509	3.269	(386.582)	189.550	(386.440)	(4.767.499)	(404)	73.129	-	-
	(27.651)	(115.493)	(2.173.012)	(1.705.285)	1.522.858	38.045.918	(2.336.931)	(2.303.710)	3	-
	(339.373)	(1.250.882)	3.344.471	2.538.078	1.512.112	38.045.918	(2.270.960)	(5.952.097)	(993)	-
	64.035	208.307	(398.378)	218.862	-	-	3.078.988	(6.308)	169	-
	(275.338)	(1.042.575)	2.946.093	2.756.940	1.512.112	38.045.918	808.028	(5.958.405)	(824)	-
	-	-	(635)	(1.682)	-	-	(8.970)	23.765	-	-
	-	-	-	-	-	13	38.562	42.107	-	-
	(275.338)	(1.042.575)	2.945.458	2.755.258	1.512.112	38.045.931	837.620	(5.892.533)	(824)	-

Estados de Flujos de Efectivo Resumidos de Filiales

Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre 2004 y 2003

	Cervecera CCU Chile Ltda.		Aguas Minerales Cachantun S.A.		Fábrica de Envases Plásticos S.A.		Transportes CCU Ltda.	
	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
FLUJOS NETOS								
Flujos netos originados por actividades de la Operación	29.673.851	20.615.320	1.370.030	1.798.039	1.599.807	3.361.957	3.808.120	(10.686.884)
Flujos netos originados por actividades de Financiamiento	(24.348.200)	(9.410.424)	(488.101)	(1.604.712)	(366.915)	(2.821.371)	2.910.453	5.159.078
Flujos netos originados por actividades de Inversión	(4.579.010)	(11.980.030)	(881.687)	(193.148)	(1.232.608)	(540.637)	(6.742.894)	5.550.654
FLUJOS NETOS TOTALES	746.641	(775.134)	242	179	284	(51)	(24.321)	22.848
Efectos de la inflación sobre el efectivo y efectivo equivalente	(37.761)	(25.953)	(7)	-	(36)	(37)	(345)	(10)
VARIACION NETA DEL EFECTIVO Y EFECTIVO EQUIVALENTE	708.880	(801.087)	235	179	248	(88)	(24.666)	22.838
Saldos iniciales de efectivo y efectivo equivalentes	3.794.533	4.595.620	253	74	665	753	35.754	12.916
SALDOS FINALES DE EFECTIVOS Y EFECTIVOS EQUIVALENTES	4.503.413	3.794.533	488	253	913	665	11.088	35.754

Conciliaciones entre los Flujos Netos Originados por Actividades de la Operación y los Resultados del Ejercicio Resumidos de Filiales

Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre 2004 y 2003

	Cervecera CCU Chile Ltda.		Aguas Minerales Cachantun S.A.		Fábrica de Envases Plásticos S.A.		Transportes CCU Ltda.	
	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
CONCILIACIONES								
Utilidades (Pérdidas) del ejercicio	14.965.436	13.061.501	1.785.939	2.055.160	1.440.653	1.485.781	1.487.659	(1.008.291)
Utilidades (Pérdidas) en venta de activos	(881)	(868)	-	-	20.919	(194)	-	-
Cargos (Abonos) a resultados que no representan flujo de efectivo	5.199.317	4.975.316	(1.096.185)	(1.349.815)	1.346.295	1.453.366	1.147.201	329.068
Variación de activos que afectan al flujo de efectivo	873.628	(5.694.576)	689.395	1.089.386	(1.716.835)	221.751	(248.565)	(10.215.340)
Variación de pasivos que afectan al flujo de efectivo	8.636.351	8.273.947	(9.119)	3.308	508.775	201.253	1.421.825	207.679
Utilidades (Pérdidas) del interés minoritario	-	-	-	-	-	-	-	-
Flujos netos originados por actividades de la operación	29.673.851	20.615.320	1.370.030	1.798.039	1.599.807	3.361.957	3.808.120	(10.686.884)

Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y filiales		Pisconor S.A.		Viña San Pedro S.A. y filiales		Southern Breweries Establishment		Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y filiales		Comercial Calafquén S.A.	
2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
18.447.549	18.396.237	(566.169)	(1.744.321)	12.066.611	(5.870.616)	(34.251)	(105.668)	4.887.687	4.627.322	(927)	-
(8.571.032)	(15.916.393)	2.159.918	3.265.998	(3.823.796)	10.099.471	30.516	(20.099)	1.114.800	4.564.838	1.010	1.025
(9.353.274)	(6.442.347)	(1.589.995)	(1.521.350)	(7.666.824)	(5.236.368)	4.464	(123.553)	(9.052.611)	(6.283.169)	-	-
523.243	(3.962.503)	3.754	327	575.991	(1.007.513)	729	(249.320)	(3.050.124)	2.908.991	83	1.025
(25.816)	190.452	(147)	3	(101.927)	(504.922)	(10)	(13.109)	(596)	(15.772)	(88)	-
497.427	(3.772.051)	3.607	330	474.064	(1.512.435)	719	(262.429)	(3.050.720)	2.893.219	(5)	1.025
1.976.726	5.748.777	1.048	718	2.104.539	3.616.974	1.313	263.742	(4.778.550)	2.324.727	1.025	-
2.474.153	1.976.726	4.655	1.048	2.578.603	2.104.539	2.032	1.313	1.727.830	5.217.946	1.020	1.025

Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. y filiales		Pisconor S.A.		Viña San Pedro S.A. y filiales		Southern Breweries Establishment		Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. y filiales		Comercial Calafquén S.A.	
2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
8.980.491	22.714.774	(275.338)	(1.042.575)	2.945.458	2.755.258	1.512.112	38.045.931	837.620	(5.892.533)	(824)	-
(116.706)	(343.077)	-	-	(15.533)	2.040	-	(41.554.821)	(19.996)	8.421	-	-
11.734.962	(1.162.383)	166.872	3.014	4.379.453	3.242.456	324.192	4.950.690	4.694.199	8.901.845	(152)	-
(4.161.576)	4.012.313	(1.441.488)	(1.086.477)	7.324.737	(9.908.666)	(1.863.122)	(1.547.468)	(3.619.231)	(1.430.067)	-	-
2.012.256	(6.825.989)	983.785	381.717	(2.568.139)	(1.963.386)	(7.433)	-	2.986.125	3.063.421	49	-
(1.878)	599	-	-	635	1.682	-	-	8.970	(23.765)	-	-
18.447.549	18.396.237	(566.169)	(1.744.321)	12.066.611	(5.870.616)	(34.251)	(105.668)	4.887.687	4.627.322	(927)	-



Paraiso
a Carén
Estado

Si vas a beber
pasa las llaves
CRISTAL



ABRE TU MUNDO

CCU

INFORME SOCIAL CCU 2004

Índice

Introducción 233		
Hitos 2004 234	Relación con la Comunidad	234
	Pacto Global	234
	Certificaciones de Calidad	235
	Premios	235
	Inversiones	237
Nuestra Gente 238	Beneficios a Nuestra Gente	240
	Prevención de Riesgos	241
	Capacitación	244
	Clima y Cultura	245
	Ambiente de Trabajo Respetuoso	246
	CCU y el Pacto Global	246
CCU y la Comunidad 248	Voluntariado Corporativo	250
	Acercar el Arte a la Gente	251
	CCU en el Deporte	252
	Filantropía	253
	Involucrada en la Educación	254
	Teletón	254
	Creando Conciencia Ecológica	255
Medio Ambiente 256	Programa de Gestión Ambiental	258
	plantas con Tecnología Limpia	259
	Cuidando los Recursos	260
	Tratamiento de Efluentes (RILES y Aguas Servidas)	261
	Baja Emisión Gaseosa	262
	Recuperación de Residuos	263
	Control de los Niveles de Ruido	264
	Transporte Respetuoso del Medioambiente	264
Consumo Responsable de Alcohol 266	Programa "Educar en Familia"	268
	Otras Acciones Preventivas	268
	Campana "No Venta de Alcohol a Menores"	269
CCU y sus Clientes y Consumidores 270	Sólida Amistad con sus Clientes	272
	Plan Punto Máximo	273
	Marketing con Causa	274
Calidad 276		
Proveedores 280		
Gobierno Corporativo 284	Código de Ética	286
	Comunicación y Transparencia	287
Reconocimientos 288		

Introducción

Bienvenidos al segundo Informe Social de CCU, el que refleja los compromisos con los cuales la Compañía cumple el desafío de ser la empresa que potencia un mejor vivir enmarcado en un desarrollo sustentable a largo plazo.

Para CCU ser una empresa socialmente responsable es una opción que toma libremente y que trasciende a la obligatoriedad eventualmente impuesta por una legislación, adoptando políticas y acciones que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas.

El siguiente informe transmite el esfuerzo de CCU por entender y satisfacer las necesidades e intereses de los diferentes públicos con los cuales actúa, vale decir, la comunidad en que opera, los consumidores que diariamente prefieren sus marcas y los clientes con quienes comparte su éxito; los accionistas que confían en su capacidad y potencial, los proveedores, las autoridades, las instituciones y sus empleados, principales protagonistas de su inspiración en el ámbito social, en el marco del respeto por el medio ambiente.

Para CCU la Responsabilidad Corporativa es parte integral de su estrategia de negocio. Ser una empresa socialmente responsable es una opción que se toma libremente y que una vez asumida pasa a ser un sello de identidad exigido por todos esos públicos. De allí la importancia de mantener un canal de información y comunicación como éste, que permita transmitir los esfuerzos por cumplir sus expectativas.

Para realizar este trabajo, CCU ha seguido las pautas y directrices recomendadas por el Global Reporting Initiatives (GRI) por ser las más reconocidas y respetadas en el mundo, promoviendo la entrega de antecedentes de variables complementarias a las vinculadas a los trabajadores, medio ambiente y relaciones con la comunidad.

El Reporte Social CCU 2004, registra las acciones de la Compañía con todos sus públicos. Con las personas que trabajan en CCU, tiene un especial cuidado por su seguridad y desarrollo, con

programas como la capacitación que se realiza a distancia en el marco del Consumo Responsable de Alcohol, entre otros.

El compromiso de CCU con la calidad y el medioambiente se refleja a través de proyectos de gestión ambiental, plantas con tecnología limpia y control de emisiones; el apego a estrictas normas de calidad que aseguran la excelencia en todos sus procesos y productos. En esta línea, en 2004 instalaciones como las de Cachantun y Viña San Pedro, han logrado aplicar estrictas herramientas de gestión de calidad, en especial esta última la única en la industria vitivinícola del país que ha logrado las certificaciones internacionales más importantes. De la misma manera, el reporte da cuenta de la estrecha alianza de colaboración de la Compañía con sus proveedores; la sólida relación con los clientes: el interés permanente en los consumidores; y la firme convicción de mejorar la calidad de vida de las personas. En este período hemos desarrollado nuevos programas como “CCU en el Deporte” que busca potenciar el vínculo de la Compañía con el deporte o como el dirigido a clientes que promueve la “No Venta de Alcohol a Menores”, enfocándose en la ayuda a la comunidad.

Por otra parte, las marcas de CCU en su compromiso por la calidad y la innovación, continúan cosechando reconocimientos, y el 2004 brillaron especialmente en el ámbito de la publicidad. Cristal consiguió un hito histórico para Chile al ganar el Grand Prix en el Festival de Publicidad de Cannes, el más importante del mundo, además de otros galardones de gran importancia a nivel internacional.

Desde su primer Informe Social, CCU ha seguido avanzando en acciones orientadas a mejorar la calidad de vida de las personas, pero está consciente de que queda mucho camino por recorrer. Las próximas páginas contienen información de lo realizado por CCU y a la vez sirven de estímulo y desafío.

Hitos 2004

1. Relación con la Comunidad

Educación en Familia

CCU llega con su programa de promoción de Consumo Responsable de Alcohol "Educar en Familia" a las comunas de La Pintana, El Bosque y Macul recorriendo 45 colegios. Con estos tres nuevos municipios, ya son más de 20.000 familias las que han participado.

Con la participación de más de 124 trabajadores de CCU y sus filiales, el programa Educar en Familia se extiende dentro de la Compañía a través de tecnología digital.



Campaña No Venta de Alcohol a Menores

CCU lanza la campaña "No Venta de Alcohol a Menores" con el respaldo de la Confederación de Comercio Minorista y la Asociación de Botillerías como una forma de crear conciencia en la comunidad respecto a que los menores de edad no deben beber alcohol. Más de 20.000 clientes de botillerías, almacenes y botillerías de todo Chile, se han unido a esta iniciativa de CCU.



CCU en el Deporte

Con la donación de implementación deportiva a 60 colegios de las comunas de La Pintana, Peñalolén, Pudahuel y Quilicura, el programa "CCU en el Deporte" se consolida como un actor importante en el ámbito de la promoción del deporte a nivel escolar.

Asimismo, "CCU en el Deporte" realizó importantes entregas de artículos deportivos especialmente acondicionados a los Institutos Teletón de Antofagasta y Temuco ayudando a la rehabilitación de más de 2.000 pacientes que se atienden en estos centros.

A través de charlas sobre nutrición, prevención de enfermedades como consecuencia del sedentarismo o simples ideas sobre cómo llevar una vida más sana, "CCU en el Deporte" llegó a los universitarios de la U. Católica, U. de Chile, U. de Los Andes, Andrés Bello y U. Adolfo Ibáñez.



Compartir con un Amigo

Más de 250 trabajadores de CCU y sus familiares participaron en las tardes solidarias y construcción de mediaguas enmarcadas en el programa "Compartir con un Amigo".



2. Pacto Global

En 2004 CCU continuó participando en el Pacto Global del PNUD, al que se adhirió en abril de 2003, siendo una de las primeras empresas chilenas en firmar. El Pacto Global es un acuerdo voluntario internacional impulsado por las Naciones Unidas que promueve valores sociales, laborales y medioambientales. Desde su lanzamiento, se han sumado cientos de empresas en todo el mundo, las cuales tienen en común ser líderes en responsabilidad social y a su vez aspiran a un crecimiento sustentable.



3. Certificaciones

1. La planta Molina de Viña San Pedro obtuvo en 2004 las certificaciones de un Sistema Integrado de Gestión basado en las normas ISO 9001 (gestión de calidad), ISO 14001 (gestión ambiental) y el estándar OSHAS 18001 (gestión de seguridad y salud ocupacional). Además, fue recertificada en las herramientas de calidad HACCP y BRC (British Retailer Council) siendo la primera viña en Chile en obtener todas estas certificaciones de calidad. Adicionalmente Finca La Celia, certificó la herramienta de calidad HACCP, y la Norma ISO 14001, siendo la primera viña en Argentina en obtener ambas certificaciones.

2. Plasco obtuvo la recertificación ISO 9001 y la planta de agua mineral Cachantun en Coinco también fue certificada bajo esa norma.



4. Premios

Empresas más Admiradas (La Segunda y Adimark)

Por octavo año consecutivo, CCU es nombrada una de las Empresas Más Admiradas en la selección realizada por el diario La Segunda y Adimark. Ubicada en el décimo lugar, CCU destacó en el ranking en las áreas de Marketing, probidad y transparencia, contribución a actividades de asistencia social y apoyo a la educación.



Empresas más Respetadas (Financiero y Price Waterhouse)

El Diario Financiero y PricewaterhouseCoopers reconocieron a CCU, nuevamente, como una de las empresas más respetadas. Estas empresas fueron elegidas por un grupo de ejecutivos que votaron de acuerdo a una serie de atributos. CCU fue distinguida por su estrategia de negocios, solidez financiera, calidad de productos y servicios y atractivo de marketing e imagen corporativa.



ABRE TU MUNDO
CCU

Cerveza Cristal gana Grand Prix de Cannes

Cerveza Cristal consiguió un hito nunca antes alcanzado en la historia publicitaria nacional. Con la campaña “La Fuerza está con Cerveza Cristal” obtuvo el Grand Prix de Cannes, máximo galardón de este certamen publicitario. La creación recibió “León de Oro” en las categorías “Mejor Uso de Medio Televisión” y “Adulto Joven”, además del Grand Prix por ser el mejor de toda la categoría “Mejor Uso de Medios”.



FIAP

El Festival Iberoamericano de la Publicidad (FIAP) reconoció a Cerveza Cristal con el Gran Prix a la mejor innovación creativa en medios por su publicidad “La Fuerza está con Cerveza Cristal”. Este galardón es el mérito al esfuerzo por hacer más imaginativos y eficientes los mensajes.



CCU fue la gran ganadora de los premios EFFIE 2004

La calidad e innovación en publicidad que CCU imprime en todos sus productos fue nuevamente premiada. Esta vez la campaña Psicología Pura de Ruta Norte, fue reconocida con el Gran EFFIE 2004. Además, los más de tres años al aire de los comerciales “Los Fruteros” de Néctar Watt’s fueron premiados con oro en la categoría Éxito Sostenido. También ganó oro la publicidad de Ruta Norte, y Ruta Sour obtuvo plata por mejor lanzamiento.



ACHAP

CCU fue el gran protagonista del Festival ACHAP 2004 al ser galardonadas tres marcas de la Compañía en este evento, el más importante de su género en el país. Cerveza Cristal volvió a arrasar, llevándose un Grand Prix, Pepsi obtuvo dos premios, Plata y Bronce por Pepsi Music y Pepsi Twist respectivamente, y Calaf, con su innovadora Tribu se quedó con el Bronce.



PEPSI

PepsiCo uno de los socios de CCU, fue elegido como la mejor empresa de bebestibles en la séptima edición de los premios “World’s Best Companies 2004” que otorga Global Finance.



Sial de Oro

En la prestigiosa feria SIAL de París, Ruta Sour fue premiado como “Mejor Producto de Chile 2004” en reconocimiento a su innovación y éxito en el mercado. Además, recibió el “SIAL de Oro” como el mejor en la industria de los alcoholes.



Mejor Area de Inversionistas (otorgado por Institutional Investors y Reuters)

El Institutional Investor Research Group y la agencia Reuters distinguió a la Gerencia de Relación con Inversionistas de CCU como la mejor a nivel nacional y la segunda en Latinoamérica en la categoría alimentos y bebestibles. Este premio destaca las empresas que durante el 2004 se han caracterizado por su óptima transparencia y proactividad en la entrega de información a los inversionistas internacionales a través de la comunicación oportuna de las estrategias, transparencia en la entrega de información y mantención de las expectativas de mercados en un valor justo.



5. Inversiones

Salta duplica capacidad

Con una inversión de US\$4.5 millones la planta cervecera de CCU Argentina en Salta duplicó su capacidad de producción desde 30 mil a 60 mil hectolitros mensuales. Esta modernización permitió a Salta aumentar la calidad en sus procesos, dotarse de equipamiento de última generación y mejorar la calidad de vida de sus trabajadores.



Santa Fe

La mayor planta de CCU Argentina, ubicada en Santa Fe, recibió una inversión de US\$1.5 millones para aumentar en 20 mil hectolitros su producción, con esto su capacidad alcanza los 270 mil hectolitros mensuales.



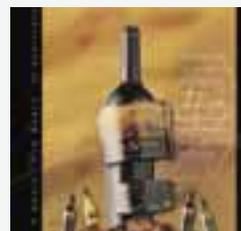
CCU Chile actualiza sistema CIP

CCU Chile desarrolló un nuevo software CIP (Cleaning in place) para su planta de Santiago. La inversión significó US\$1.4 millones y traerá enormes beneficios en calidad, seguridad y operación.



Viña San Pedro aumenta su capacidad en Molina

Viña San Pedro realizó una inversión de US\$2.5 millones en su planta de Molina al instalar una nueva línea de envasado y perfeccionando el nivel de las existentes. Esto permite aumentar su capacidad y mejorar la eficiencia de la planta.



Pisconor sigue creciendo

Con una inversión de US\$1.8 millones de dólares, Pisconor, amplió la capacidad de producción de su planta a más de 82.500 cajas mensuales al instalar una nueva línea de llenado de la más alta tecnología lo que permite la elaboración de productos de primera calidad.







NUESTRA GENTE:
El motor de CCU

CCU y todas sus empresas filiales en Chile generan empleo para cerca de 4 mil personas, número que crece mucho más considerando la gran cantidad de empleos indirectos en las empresas relacionadas con el funcionamiento la Compañía. Su gente es el capital esencial para mantener y acrecentar su liderazgo en el mercado. Las personas de CCU ocupan un lugar preponderante dentro de sus Valores Corporativos, por ello la Compañía fomenta la creatividad, la iniciativa y el entusiasmo por cumplir desafíos, junto con promover su desarrollo integral entregándoles la capacidad de decidir informada y responsablemente.

CCU y todas sus empresas filiales en Chile generan empleo para cerca de 4 mil personas, número que crece mucho más considerando la gran cantidad de empleos indirectos en las empresas relacionadas con su funcionamiento.

y conocimientos con miras a alcanzar un desempeño de excelencia en sus funciones inmediatas y un crecimiento futuro, tanto personal como de la organización.

En CCU las mujeres participan en la mayoría de las actividades de la Compañía. La participación es mayor en CCU S.A., mientras que la más baja es en Transportes CCU por las características del trabajo que desarrolla esa filial.

Beneficios a nuestra gente

En CCU la asociación de los empleados se ha regido siempre según las leyes laborales vigentes. El proceso de negociación colectiva se desarrolla normalmente en plena armonía entre los ejecutivos y los representantes de los trabajadores, primando en el planteamiento y debate de las ideas un diálogo directo, franco y respetuoso.

La administración de los recursos humanos incluye sistemas de renta variable, y evaluación del desempeño, siendo los temas más novedosos: la administración del clima y la cultura organizacionales, las evaluaciones ascendentes y un programa de jóvenes profesionales.

Estas herramientas buscan atraer, motivar y retener a las personas más idóneas para sus desafíos, potenciando sus habilidades

En las empresas CCU un aspecto importante en la organización lo constituyen los sindicatos. Actualmente, alrededor de 60% de la dotación está sindicalizada. Los sindicatos gestionan

PERFIL DE NUESTROS EMPLEADOS				
Dotación 2004 de CCU S. A. y sus filiales en Chile, por nivel a diciembre de 2004				
	Gerentes	Ejecutivos y Profesionales	Empleados / Operarios	Total General
Matriz	24	213	149	386
CCU Chile	18	184	722	924
ECCU	7	80	786	873
Viña San Pedro	12	133	416	561
CCU Argentina	7	317	190	514
Pisconor	3	9	16	28
Plasco	1	11	91	103
Transportes CCU	4	35	448	487
	76	982	2.818	3.876

Fuente: Unidad de Recursos Humanos Corporativa / Datos al 31 de diciembre de 2004.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE TRABAJADORES DE CCU Y SUS FILIALES, POR GÉNERO					
	MUJERES		HOMBRES		Total
	N°	%	N°	%	
Matriz	94	24%	292	76%	386
CCU Chile	85	9%	839	91%	924
ECCU	59	7%	814	93%	873
VSP	96	17%	465	83%	561
CCU Arg	48	9%	466	91%	514
Pisconor	6	21%	22	79%	28
Plasco	5	5%	98	95%	103
TCCU	9	2%	478	98%	487

Fuente: Unidad de Recursos Humanos Corporativa
 Datos al 31 de diciembre de 2004.

importantes acciones en beneficio de los trabajadores y sus grupos familiares, tales como aspectos de becas, salud y otras actividades de carácter recreacional y social, que se complementan con las que realiza la empresa.

La Compañía otorga a sus trabajadores y grupo familiar una serie de beneficios que permiten mejorar su calidad de vida. Entre ellos, más de 2.800 empleados gozan de asignaciones, bonos y aguinaldos en determinadas épocas del año. Para aquellos que trabajan en turnos con poca circulación de transporte público, se dispone movilización que facilita el acercamiento al lugar de trabajo. También se entrega vestuario de trabajo a operarios, vendedores y personal administrativo según la naturaleza de sus labores.

En época de Navidad CCU realiza una gran fiesta familiar donde se invita a los trabajadores de todas las filiales. Es un momento de camaradería y esparcimiento que en 2004 se realizó en Fantasilandia y al que asistieron más de 5.000 personas. Con motivo de esta festividad, la Compañía hace entrega de una canasta familiar y de un regalo a los hijos menores de 12 años de los trabajadores.

Prevención de riesgos

Prevenir riesgos y velar por la seguridad de sus trabajadores es un aspecto fundamental para CCU. Su política se basa en cuatro principios básicos:

1. La protección de la salud e integridad física de los trabajadores constituye un valor fundamental para la Compañía, por el bien que significa para los propios trabajadores, y por su trascendencia social y económica, tanto para la empresa como para la comunidad en que desarrolla sus actividades.
2. El mantener condiciones ambientales y de seguridad óptimas en el trabajo contribuye a la eficiencia integral de la Compañía, y es parte de sus objetivos estratégicos.
3. Todo accidente es evitable en la medida que operen con eficacia los controles de la administración destinados a eliminar las causas básicas que los producen y



Fiesta de Navidad CCU 2004

BENEFICIOS OTORGADOS A LOS TRABAJADORES DURANTE 2004.

Programa	Descripción	N° de Beneficiarios (a diciembre de 2003)
Asignación de escolaridad	Cantidad de dinero otorgada al trabajador de acuerdo a los hijos que acrediten cursar algún nivel de escolaridad. *	2.833
Bono Feriados	Cantidad de dinero otorgada al trabajador cuando hace uso de a los menos 10 días de Vacaciones. *	2.833
Aguinaldo Fiestas Patrias y Navidad	Beneficio en dinero durante las Fiestas Patrias y de Navidad. *	2.833
Bono Movilización	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su traslado al lugar de trabajo.*	2.833
Transporte de acercamiento turnos nocturnos	Movilización otorgada por CCU que facilita el acercamiento del trabajador al lugar de trabajo en horarios con poca movilización pública.*	2.298
Vestuario de trabajo	Vestuario otorgado por la empresa según la naturaleza de las labores.*	2.369
Fiesta de Navidad Familiar	Beneficio que entrega a los funcionarios un momento de camaradería y esparcimiento en compañía de su familia con motivo de la Navidad. **	2.833
Regalo de Navidad a hijos de funcionarios	Regalo de la Compañía a los hijos menores de 12 años de los funcionarios con motivo de la Navidad.**	2.833
Regalo de canasta familiar.	Beneficio que busca compensar los gastos en que incurre el trabajador durante las Fiestas Navideñas.**	2.833
Bonos matrimonio (dinero y días de vacaciones)	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su matrimonio.*	2.783
Gastos de fallecimiento familiar directo	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo del fallecimiento del algún familiar directo.	2.418
Seguro de Vida	Cantidad de dinero (Prima) pagada por la empresa a las compañías de seguros por cada trabajador.*	4.554
Asignación de natalidad	Cantidad de dinero otorgada por motivo del nacimiento de un hijo del trabajador.*	2.767
Servicio de bienestar	Cantidad de dinero pagada por la empresa a los Servicios de Bienestar por cada trabajador.*	2.464
Sistema de incentivos (bonos)	Cantidad de dinero pagada por la empresa a los trabajadores, en función de la productividad y a estándares de Rendimiento de la compañía.	410

Fuente: Unidad Corporativa de Recursos Humanos

* Beneficio dado a los trabajadores sindicalizados de CCU que representan a un 65% de la dotación total

** Beneficio dado a los trabajadores no sindicalizados de CCU que representan a un 35% de la dotación total



los trabajadores cumplan las normativas de uso de elementos de protección personal y procedimientos respectivos.

4. La seguridad, calidad y productividad son el resultado de un trabajo bien hecho. En consecuencia, ellas constituyen una responsabilidad inherente a las labores propias de cada trabajador de la empresa, cualquiera sea su nivel y jerarquía dentro de la organización

A partir de 1996, CCU implementó en el área industrial de CCU Chile un innovador sistema de administración de gestión de procesos que divide las plantas productivas en procesos unitarios que se administran en forma independiente y autónoma. Con esta estructura cada trabajador es responsable de la operación en su puesto de trabajo.

Adicionalmente, en 2000 puso en marcha la estrategia de gestión preventiva Control de Comportamientos Críticos, buscando generar un cambio cultural en los empleados el cual considera la seguridad como un valor personal generando un compromiso y evaluando trimestralmente los indicadores de impacto.

Se observa que:

- CCU Chile ha disminuido notablemente la gravedad de los accidentes de un 50.30 el 2003

a un 40.02 el 2004 (21% con respecto a 2003) manteniendo el mismo índice de accidentalidad.

- ECCU disminuyó la Tasa de Siniestralidad, o sea la gravedad de los accidentes en un 42% con respecto al año 2003.
- VIÑA SAN PEDRO presenta una disminución en la Tasa de Siniestralidad en el año 2004 de un 42%.
- PLASCO tuvo grandes avances ya que mejoró su tasa de accidentalidad desde 6,60 en 2003 a 5,61 en 2004 y la de siniestralidad de 93,40 en 2003 a 36,45 en 2004, lo que es muy relevante.
- CCU ARGENTINA disminuyó tanto la Accidentabilidad como la Tasa de Siniestralidad en un 20% con respecto al año 2003, lo que representa un logro destacable.

En resumen, a nivel consolidado, durante 2004 hubo un aumento del 22% en la tasa de accidentalidad y de un 0.3% en la Tasa de Siniestralidad respecto al año 2003, es decir, que la gravedad de los accidentes se mantuvo, por este motivo los esfuerzos del año 2005 se concentraran en la disminución de la frecuencia de los accidentes y la gravedad de éstos. Especialmente en CCU S.A. y Transportes CCU se aplicarán programas especiales con énfasis en la Política de Prevención de Riesgos que aplica CCU. Las demás UEN presentan importantes disminuciones en los indicadores, lo cual demuestra que la gestión de Prevención de Riesgos ha tenido éxito.

PREVENCIÓN DE RIESGOS					
Empresa	Nº accidentes	Promedio de Trabajadores	Días Perdidos	Tasa Accidentabilidad	Tasa de Riesgo o Siniestralidad
CCU S.A.	8	341	82	2,35	24,05
CCU Chile	30	967	387	3,10	40,02
ECCU	49	932	793	5,26	85,09
Viña San Pedro	11	834	78	1,32	9,35
Transportes CCU	50	551	637	9,07	115,61
Plasco	6	107	39	5,61	36,45
CCU Argentina	30	574	372	5,23	64,81
Total	184	4.306	2.388	4,27	55,46
<i>Tasa de Accidentabilidad = Nº Accidentes * 100 / Dotación Promedio</i>					
<i>Tasa de Riesgo = Días Perdidos * 100 / Dotación Promedio</i>					
<i>Fuente: Unidad de Recursos Humanos Corporativa</i>					

También es relevante la incorporación de planes de emergencia y evacuación en plantas y oficinas, cuyo objetivo es desarrollar una respuesta oportuna y eficiente ante cualquier situación que pueda afectar o poner en peligro al personal y los activos de la empresa. En este trabajo, resalta la formación de líderes de zonas o pisos, en elementos de seguridad

Además, CCU está permanentemente fortaleciendo los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad de sus unidades, los cuales se preocupan, principalmente, de la difusión de

En Chile, en 2004 en las actividades de capacitación hubo 5.886 participantes, lo que se traduce en 2.241 trabajadores, representando una inversión total de \$ 466 millones. Entre los 604 cursos dictados en 2004 figuran asignaturas de supervisión y liderazgo, servicio, calidad y trabajo en equipo, programas de ejecución comercial, merchandising y cursos técnicos en procesos productivos, entre muchos otros. En Argentina se realizaron 16.469 horas de capacitación, en su totalidad inherentes a estudios del área industrial, como seguridad e higiene en el trabajo, buenas prácticas de



Entrega de Diplomas, Capacitación Interna

la seguridad y el control de las medidas de prevención de riesgos adoptadas por la empresa y los trabajadores.

Capacitación

La gente de CCU es el motor que le permite crecer día a día por lo que promover su desarrollo integral es un imperativo. CCU ofrece a sus empleados cursos de capacitación y entrenamiento para que puedan adquirir, desarrollar y actualizar sus conocimientos, habilidades y aptitudes adaptándose a los desafíos que tiene la Compañía.

manufactura, calidad, computación e idiomas. Además, se entregaron planes de financiamiento para la realización de post títulos a 9 personas. Hechos destacables de la labor capacitadora de 2004:

- En 2004, en relación al año anterior, aumentaron todos los indicadores de capacitación. El número de cursos en 21,53%, las horas hombre capacitadas en 35,76%, la inversión total en 10,26% y los participantes en un 71,75%.
- Con motivo del lanzamiento del Plan Punto Máximo se realizaron actividades de capacitación

que involucraron todas las áreas de la Compañía, incrementando el compromiso y el sentido de pertenencia a los desafíos de nuestros negocios. Con 908 participantes del personal comercial y 2.462 del no comercial, prácticamente la totalidad de CCU se capacitó en este importante plan.

- Al igual que en años anteriores, nuestro compromiso con la comunidad se tradujo en la entrega de 160 becas sociales que permitieron que personas que no trabajan en la empresa puedan capacitarse. En el 2004 el énfasis se puso en el desarrollo de la empleabilidad como una manera de ayudar a que los participantes encuentren horizontes más prósperos. Así, familiares de trabajadores de CCU Chile, ECCU, Transportes CCU y PLASCO en Santiago, vía Otic SOFOFA, realizaron cursos de primeros auxilios y cuidado del adulto mayor, manejo básico de instalaciones eléctricas y terminaciones de carpintería.

- En la planta de Molina de Viña San Pedro, 30 familiares de trabajadores recibieron becas sociales que les permitieron cursar especializaciones en electricidad domiciliaria, instalaciones sanitarias domiciliarias y cuidado y atención del adulto mayor.

- Como un reconocimiento al esfuerzo que hace CCU por capacitar a su personal, la Universidad de Santiago (USACH) premió a la Compañía a través de dos diplomas al “Mejoramiento del Recurso Humano”. Durante 2004, 87 personas de CCU Chile y ECCU participaron de diversos cursos de perfeccionamiento dictados por esa casa de estudios.

- 32 participantes de CCU Chile y ECCU cursaron durante 2004 las carreras de Ingeniería en Automatización y Control, en Gestión, Calidad y Ambiente y en Administración con mención en marketing; además de Técnico en Automatización y Control, Técnico en Mantenimiento Industrial y Técnico en Electricidad Industrial.

- CCU Chile Temuco, a través de la Universidad de la Frontera, desarrolló un programa de capacitación que permitió que 16 trabajadores

obtuvieran el título de Técnico Universitario en Electrónica.

- Hay que destacar la participación de 124 trabajadores de CCU y sus filiales en el programa “Educar en Familia” que fue dictado por modalidad e-learning lo que permitió cubrir en forma simultánea las ciudades de Antofagasta, Santiago y Temuco.

- Otro aspecto que se debe resaltar, en el compromiso con la comunidad, fue la capacitación de 426 personas que no son trabajadoras de nuestras empresas, de los cuales, 121 hicieron cursos de Formación de Monitores del Programa “Educar en Familia”.

INFORME CAPACITACIÓN A DICIEMBRE DE 2004

Cursos Realizados	604
Horas Hombre Capacitadas	89.724
Participantes	
Participantes por Nivel Ocupacional	
Ejecutivos	145
Profesionales	467
Mandos Medios	507
Administrativos	2.681
Calificados	1.276
Semi Calificados	563
No. Calificados	247

ESPECIALIZACIÓN ESPECIAL

Participantes en Carreras Técnicas	49
Participantes en Nivelación Estudios	28
Desarrollo Profesional en el Extranjero	1
Partic. No Trabajadores del Holding	160
Inversión Total en Capacitación	\$466.865.915

Fuente: Unidad de Recursos Humanos Corporativa

Clima y cultura

Conocer el clima dentro de la empresa y velar porque la cultura esté acorde a lo que la Compañía aspira es una de las metas de la moderna política de Recursos Humanos de CCU. Para analizar el entorno interno se realiza un proceso formal de encuestas para medir y administrar la cultura y el clima organizacionales, que son concebidos como indicadores de la sustentabilidad de la Compañía.

A partir de 2002 se aplican estas encuestas al 100% del personal. En el análisis de clima, se han visto avances logrando en 2004 un resultado consolidado de 72% comparado con el de la encuesta 2003, donde se registró un 69%. En cuanto a cultura, CCU utiliza el modelo denominado "De Valores en Competencia", en el que existen cuatro tipos de cultura organizacional: clan, adhocracia, jerarquía y mercado. En toda organización se dan estos cuatro tipos de cultura al mismo tiempo, con diferentes énfasis. Lo que busca CCU es una configuración equilibrada, con acento en satisfacer las necesidades de consumidores y clientes. Respecto de esta particular

configuración, las encuestas demuestran un 84% de similitud, un punto más alto que en 2003.

Ambiente de trabajo respetuoso

Para CCU es prioritario promover un ambiente laboral de respeto mutuo, creando las condiciones necesarias de seguridad, dignidad y equidad para que sus empleados puedan desempeñar su trabajo, sin ningún tipo de intimidación, discriminación o acoso.

La filosofía de CCU, presente en su Código de Ética, es asegurar la igualdad de oportunidades para todos sus trabajadores y para quienes postulan a un empleo en esta Compañía, sin consideraciones de nacionalidad, edad, raza, religión, sexo, aptitudes físicas al tratarse de decisiones de reclutamiento, capacitación, compensación, promoción y otras relativas a su personal.

CCU considera a cada uno de sus empleados como una persona integral con responsabilidades y compromisos en el trabajo, el hogar y la comunidad, con valores esenciales y diferentes costumbres.

CCU y el Pacto Global

El compromiso de CCU con las mejores prácticas de gestión la impulsó, en abril de 2003, a unirse al Pacto Global (PNUD), un acuerdo internacional fomentado por las Naciones Unidas destinado a examinar los temas críticos relacionados con la globalización. CCU fue una de las primeras empresas chilenas que adhirieron a este acuerdo comprometiéndose a respaldar sus principios y actividades.

El Pacto Global, puesto en marcha en Nueva York en julio de 2000, convoca a las empresas a que adopten diez principios universales vinculados a los derechos humanos, a estándares en el trabajo, al medio ambiente y contra la corrupción. Agrupando a empresas, asociaciones internacionales de trabajadores y

ANÁLISIS CLIMA ORGANIZACIONAL 2004			
Análisis Clima	% de satisfacción		
	2002	2003	2004
CCU SA	66%	76%	79%
CCU Chile	69%	70%	76%
ECCU	67%	69%	69%
Viña San Pedro	63%	68%	66%
Pisconor	78%	78%
CCU Argentina	67%	63%	73%
Transportes CCU	68%	69%	72%
Plasco	68%	69%	63%
Consolidado	67%	69%	72%

Fuente: Unidad de Recursos Humanos Corporativa

ANÁLISIS CULTURA ORGANIZACIONAL 2004			
Análisis Cultura	% de similitud		
	2002	2003	2004
CCU SA	85%	89%	89%
CCU Chile	86%	84%	84%
ECCU	83%	83%	83%
Viña San Pedro	79%	79%	78%
Pisconor	85%	79%
CCU Argentina	79%	81%	90%
Transportes CCU	84%	81%	80%
Plasco	78%	78%	80%
Consolidado	82%	83%	84%

Fuente: Unidad de Recursos Humanos Corporativa

ONGs con organismos de las Naciones Unidas, el Pacto busca fomentar la colaboración y crear un mercado mundial más equitativo con cabida para todos.

A este pacto se han sumado cientos de empresas en todo el mundo, las cuales tienen en común ser líderes en responsabilidad social y a su vez aspiran a un crecimiento sustentable.

Cabe destacar que el Pacto Global no es un instrumento de regulación o un código de conducta con fuerza jurídica, se trata de una iniciativa voluntaria para fomentar la responsabilidad cívica mediante el liderazgo empresarial comprometido y creativo.

Los principios de este Pacto son importantes en el desarrollo de una economía mundial próspera y esenciales para un crecimiento económico y social sostenible.

CCU se involucró en este foro internacional porque la Responsabilidad Social es uno de los valores de la Compañía y parte de un desarrollo sustentable en lo económico, social y medioambiental, concepto incorporado en su Plan Estratégico.

Los diez principios del Pacto Global

Derechos Humanos

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional; y
2. Evitar verse involucradas en abusos de los derechos humanos.

Normas Laborales

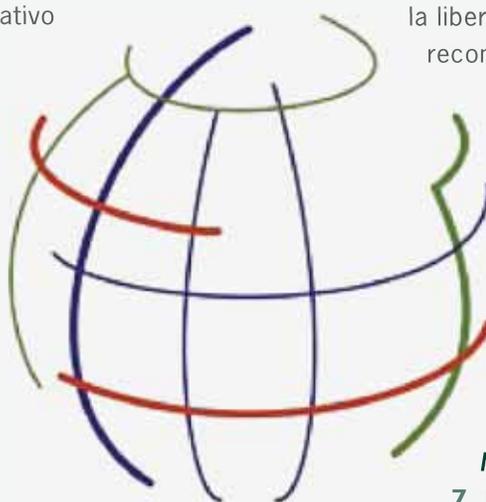
3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio;
5. La abolición efectiva del trabajo infantil; y
6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Medio Ambiente

7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales;
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental; y
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

Anti-Corrupción

10. Las empresas deben trabajar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno



THE GLOBAL
COMPACT



Vivero Cristal



Exposición CCU Museo Nacional de Bellas Artes, 2004.



CCU y LA COMUNIDAD: Fértil Relación

CCU, como una de las empresas más importantes y tradicionales de Chile, juega un papel importante en el desarrollo de nuestro país. No sólo en el ámbito económico, también en el progreso de todos los públicos con los que se relaciona. Así, entiende que, junto con producir y vender una amplia gama de bebestibles y confites, de generar riqueza material en los países donde opera, de ser un espacio de crecimiento y desarrollo profesional para sus trabajadores y de fomentar una conducta ética, honorable y transparente a través de su actuación empresarial, también debe contribuir de manera efectiva y generosa al bienestar de la comunidad.

El compromiso social con la comunidad ha sido histórico en CCU. Enraizada en su tradición de más de 150 años, las iniciativas y acciones desarrolladas por la Compañía muestran una continuidad sostenida en el tiempo. De esta forma en su política de Responsabilidad Corporativa se enmarcan iniciativas que apoyan la cultura, el desarrollo del deporte y la vida sana, así como sus aportes destinados a aumentar la calidad de la educación y a promover el consumo Responsable de Alcohol.

Voluntariado Corporativo

CCU le da la oportunidad a sus empleados de ejercer su vocación solidaria a través de actividades

donde participan libremente, ofreciendo dinero, tiempo y habilidades en ayuda de personas de escasos recursos. Estas iniciativas permiten a los trabajadores compartir con quienes más lo necesitan, fortalece el espíritu de equipo y da espacios de desarrollo social a las personas.

El compromiso social de CCU se ha manifestado durante sus más de 150 años de tradición desarrollando acciones orientadas a mejorar la calidad de vida de las personas.

De esta forma, desde el año 2000 el programa “Compartir con un Amigo” permite que la gente de CCU mejore la calidad de vida de niños que asisten -por orfandad, abuso, agresión o abandono- a nueve hogares de menores de Santiago. Se apadrinan estos centros a través de las campañas “Útiles Escolares”, -que en el mes de marzo reúne material de uso escolar-, “Un Kilo Solidario”, -que recolecta en invierno alimentos no perecibles, ropa y

frazadas- y “Compartir en Navidad”, instancia donde la gente de la empresa juega al amigo secreto con los niños de estas casas de acogida.

Cada campaña contempla la visita de grupos de trabajadores a los establecimientos para llevarles los aportes, bebidas y compartir con los niños una entretenida tarde de juegos y alegría. En 2004 fueron más de 500 trabajadores los que participaron en las distintas instancias del programa “Compartir con un Amigo” que beneficia a más de 400 menores, de edades entre 1 y 18 años.

En 1999 se inicia la campaña “1+1” a través de la cual la gente de CCU puede hacer un aporte mensual en dinero a seis instituciones benéficas. Sobre el total recolectado para cada entidad la Compañía suma un porcentaje. Los fondos anuales promedio que logra reunir esta iniciativa son del orden de \$18 millones.

En 2003 y como una forma de estrechar los lazos entre los niños y los voluntarios, se creó el “Mes de la Solidaridad CCU”. Durante una



Voluntariado Corporativo

tarde que es donada por la Compañía, grupos de trabajadores visitan los hogares apadrinados para compartir con los niños y mejorar aspectos de infraestructura, jardines, realizar juegos, recreación y ricas horas del té. En 2004, 200 trabajadores participaron junto a sus familias en las actividades del “Mes de la Solidaridad CCU” que cubrieron 7 hogares llevando alegría a más de 250 niños.

El programa “Compartir con un Amigo” permite que trabajadores de CCU y sus filiales colaboren dando alegría a cientos de niños de hogares de menores.

Dando una respuesta concreta a decenas de familias, la gente de CCU participa en la construcción de mediaguas en conjunto con Un Techo para Chile. Los voluntarios de CCU trabajan junto a pobladores de campamentos para mejorar su calidad de vida y reconocerles su dignidad. 50 empleados en compañía de sus familias, dedican fines de semana a edificar estas viviendas básicas en campamentos de Talagante.

Acercar el Arte a la Gente

Acercar el arte a la gente es el objetivo del programa “CCU en la Cultura” que busca, mediante la promoción de las artes y la cultura, contribuir al crecimiento integral de las personas.

Desde 1993 este programa apoya diversas manifestaciones de destacados artistas chilenos contemporáneos, como plástica, literatura, fotografía, música y teatro y cuenta con una colección pictórica de más de 200 obras. Con ella realiza una serie de actividades culturales y recreativas que divulgan el talento de artistas como Bororo, Concepción Balmes, Sammy Benmayor, Benjamín Lira, Carmen Aldunate, Carolina Sartori, Sebastián Garretón, Gonzalo Ciénfuegos, entre muchos otros. Las obras de la colección y biografías de los pintores están disponibles para ser conocidas por todos a través

Acercar el arte a la gente es el objetivo del programa CCU en la Cultura que ha llevado lo mejor de la plástica nacional contemporánea a recorrer el país.

del Museo Virtual CCU en la página web www.ccu.cl.

A través de los programas “CCU en la Cultura” y “Cerveza Cristal en el Arte” se llevan a cabo proyectos artísticos en dos áreas:

1.- Apoyo a artistas chilenos contemporáneos para que puedan exponer sus creaciones. A lo largo de los últimos diez

años, CCU ha apoyado muestras en museos, galerías y centros culturales de Santiago y regiones. Asimismo, ha posibilitado que artistas consagrados y emergentes expongan sus muestras en el extranjero, como las realizadas en Grecia, España, Alemania, Polonia e Italia. También ha facilitado que miles de personas tengan acceso a artistas reconocidos mundialmente como Botero, Magritte, Picasso, Larry Rivers, Manolo Valdés.

2.- Proyectos desarrollados para Acercar el Arte a la Gente. El programa “CCU en la Cultura” realiza muestras de la Colección Pictórica CCU y diferentes actividades destinadas a la promoción del arte nacional. Las más importantes son:

- Exposiciones Itinerantes “Regionales” que recorren el país con una muestra de la Colección Pictórica CCU. Nuestras obras han visitado desde Arica a Punta Arenas, incluso Isla de Pascua.

- Exposiciones Itinerantes “Municipales” que llevan a diferentes comunas obras de los más destacados artistas nacionales.

- Exposiciones Itinerantes “Escolares” que visitan colegios con una muestra de la Colección Pictórica de CCU.



Robinson Méndez

Como un tributo a la comunidad, a fines de diciembre del 2000 y enmarcado en la celebración de 150 años de tradición de la Compañía, fue donado a la Municipalidad de Santiago “El Monumento a la Amistad”, escultura de 7 metros de altura, del artista Osvaldo Peña, ubicada en la esquina de Alameda y Estado.

“Cerveza Cristal en el Arte” también realiza acciones para acercar el arte a la gente:

- Exposiciones Itinerantes “Universitarias” que permiten a los estudiantes acercarse a los valores estéticos actuales en su propia casa de estudios.
- Exposiciones Itinerantes en “Bares y Restaurantes”.
- En la labor de difusión de la creatividad nacional, regala en sus eventos poleras estampadas con obras de los artistas y otros artículos publicitarios - agendas, calendarios, mugs y postales- relacionados con el tema.

Por otro lado, CCU se preocupa de dar a conocer la literatura chilena. En esta tarea realiza el programa radial “Vuelan las Plumas” en la radio Universidad de Chile. Este espacio semanal, el único de este tipo en el país, incluye actualidad literaria, críticas de libros y entrevista a autores por sus lanzamientos, reediciones, premios, etc.

CCU en el Deporte

CCU cuenta con una larga historia ligada al deporte, apoyando instancias que fomentan su desarrollo, respaldando a grandes y promisorias figuras, y entregándole al público competencias, torneos y juegos que estimulan el trabajo en equipo,

el encuentro con los amigos y la entretención de la familia. Este acercamiento al deporte es otro de los pilares de su Política de Responsabilidad Social, que también inspira a sus marcas.

Apoyar el desarrollo deportivo de los escolares, difundir los valores y beneficios de la práctica de ejercicio y colaborar con la rehabilitación de los discapacitados a través de la actividad física son los objetivos del programa “CCU en el Deporte” que nace en 2004. Mediante sus tres extensiones destinadas a colegios municipalizados de cuatro comunas de la Región Metropolitana, universidades e Institutos de Teletón, “CCU en el Deporte” es una invitación a mejorar la calidad de vida de las personas.

En 2004, niños de 60 colegios de Santiago recibieron implementación deportiva para sus establecimientos. Asimismo, CCU realizó una importante entrega de artículos deportivos a los Institutos Teletón de Antofagasta y Temuco. Por último, a través de charlas sobre nutrición, prevención de enfermedades como consecuencia del sedentarismo o simples ideas sobre cómo llevar una vida más sana, “CCU en el Deporte” llegó a los universitarios de la U. Católica, U. de Chile, U. de Los Andes y U. Adolfo Ibáñez.

CCU apoya desde 2003 la prometedora carrera del tenista en silla de ruedas Robinson Méndez que en 2004 participó en los Juegos Paralímpicos de Atenas y disputó cuatro finales en campeonatos internacionales. Su esfuerzo lo catapultó 80 puestos en el ranking internacional del Tenis en Silla de Ruedas y hoy es el mejor tenista de Iberoamérica y 34 a nivel mundial.

El progreso de Méndez se explica por su talento natural para el deporte, el trabajo desarrollado en conjunto con el apoyo de CCU, compañía que ha financiado el desarrollo de su carrera internacional.

CCU tiene una larga historia ligada al deporte apoyando a múltiples disciplinas en una amplia gama de actividades. En Chile y Argentina fomenta el desarrollo de disciplinas masivas y de elite,

acompaña a promisorias figuras y brinda a los fanáticos los mejores espectáculos de sus juegos favoritos.

Por su parte las marcas de CCU han optado por destinar parte importante de sus presupuestos de marketing al auspicio de jugadores, clubes y actividades deportivas como una forma concreta de respaldar el deporte nacional permitiendo su progreso, difusión y continuidad en el tiempo.

Cerveza Cristal es el mayor auspiciador del fútbol nacional. A través del apoyo a 17 clubes –de primera, segunda y tercera división, incluyendo a los más grandes: Colo-Colo, Universidad de Chile y UC-, la realización de importantes campeonatos y encuentros, su publicidad permanente en estadios y prensa deportiva, y llamativas promociones ligadas al deporte más popular del país acompaña a los fanáticos en su pasión.

Hasta el 2004, importantes figuras como los pilotos Eliseo Salazar y Pablo Donoso, el deportista senior Moisés Zamorano, ganador de numerosas medallas en pruebas de atletismo internacional y al montañista Mauricio Purto reciben el apoyo de Cerveza Cristal; al igual que otros deportes como el tenis, automovilismo, rodeo, ciclismo, hípica, rugby, triatlón y básquetbol, contribuyendo a fomentar entre los jóvenes chilenos su práctica y afición.

El espíritu deportivo también está presente en otras marcas de CCU como Canada Dry Ginger Ale quien realiza el Canada Dry Golf Tour, torneo de golf amateur más importante del país; Cachantun con el ATP de Viña del Mar, Pepsi que auspicia a Colo - Colo

y Escudo que respalda atractivas competencias de rafting universitario. En Argentina, Budweiser es auspiciador del equipo de fútbol River Plate además de participar en competencias de surf, polo y golf, y las cervezas Santa Fe, Salta y Rosario están muy ligadas al fútbol mediante auspicios a equipos regionales.

San Pedro Wine Group, a través de su marca Gato, organiza la Copa Gato que reúne a los principales clubes de fútbol. La marca 35 Sur también tiene un rol importante en el deporte respaldando al equipo de vela del tri-campeón mundial Alberto Tito González, patrocina al equipo de polo 35 Sur en las temporadas nacionales y organiza la Regata 35 Sur Chiloé que reúne a lo mejor de la náutica nacional. Viña Tabalí, por su parte, es auspiciador del equipo chileno de Polo que ha competido con mucho éxito en copas internacionales.



Programa "CCU en el Deporte"

un programa anual de donaciones, ya sea en productos o en dinero, a través de cual coopera en forma permanente con instituciones educacionales, culturales y otras orientadas a la ayuda social.

En este contexto, aporta a las fundaciones sin fines de lucro San José, Paternitas, Padre Semería, Las Rozas, Make a Wish, Regazo, Corporación de Ayuda al Paciente Mental, Centro Nacional de la Familia, Congregación Hermanitas de los Pobres, entre muchas otras. También colabora materialmente con proyectos e instituciones relacionadas con el arte

Filantropía

Dentro de su compromiso social y buscando mejorar la calidad de vida de las personas, CCU desarrolla



Donación CCU Teletón 2004

como la Corporación de Amigos del Teatro Municipal, Artequín, Fundación Bellas Artes, Fundación Nacional de Orquestas Juveniles e Infantiles de Chile y Amigos del Arte.

Así también ante momentos difíciles, como inundaciones, terremotos y otras catástrofes, CCU colabora ágilmente con envíos de gaseosas, néctares y aguas minerales a los centros comunales de las zonas afectadas para ser repartidas entre los damnificados. También se apoya a colegios, municipalidades y diferentes organizaciones en actividades recreativas y sociales orientadas a la beneficencia. Estas donaciones se realizan en Santiago y regiones donde nuestras plantas productivas y oficinas comerciales colaboran en forma importante con las comunidades locales.

Teletón

Desde 1978 CCU ha estado presente en la Teletón a través de sus marcas. A partir del primer año de esta importante obra de solidaridad, Cerveza Cristal ha estado apoyando esta cruzada solidaria. En 2004 fueron cinco las marcas que participaron: Cristal, Cachantun, Ruta Norte, Gato y Bilz y Pap.

Con un aporte consolidado de más de 301 millones de pesos, CCU se ubicó entre las empresas que más donaron a la campaña y la primera en el rubro de consumo masivo.

Involucrada en la educación

Convencida de que la educación es el principal motor de progreso de un país, CCU se involucra en este ámbito, concentrando una parte importante de los recursos de su programa anual de donaciones en respaldar a entidades que proveen becas educacionales a estudiantes necesitados.

De esta forma, las siguientes instituciones reciben anualmente aportes de CCU:

- Colegio San Lorenzo de Recoleta (Conchalí), establecimiento que realiza un trabajo integral con la familia. Sus actividades académicas se complementan con formación pastoral, social, cultural y deportiva.
- Corporación Amigos del Teatro Municipal. Ayuda a estudiantes dotados de gran talento y escasos recursos económicos.



Entrega de becas educativas.

- Corporación Educacional Aprender (La Pintana), dedicada a entregar educación de calidad en sectores de escasos recursos. Imparte formación técnica profesional y gestiona prácticas profesionales para los alumnos que les permiten insertarse en el mundo laboral.

- Escuela Agroecológica de Pirque, especializada en dar formación básica y agrícola.

- Instituto Agrícola Pascual Baburizza, entrega educación técnico profesional que forma a jóvenes en tareas agropecuarias dándoles herramientas de desarrollo.

- Fundación Juan Pablo II de la Universidad Católica, que coopera con estudiantes de excelencia académica pero escasos recursos para desarrollar estudios universitarios.

- Beca “Padre Hurtado” de Universidad Católica, también dirigida a estudiantes necesitados de alto rendimiento que desean seguir carreras universitarias.



Donación de árboles nativos.

- Orquesta de Cuerdas Colegio Nosedal (La Pintana), iniciada el año 2001, esta orquesta cuenta con 42 integrantes que asisten a clases semanales individuales a cargo de cinco profesores del Instituto de Música de la Universidad Católica.

- Fundación Prof. Moisés Mellado de Universidad de Chile, permite financiar estudios universitarios a jóvenes de escasos recursos con excelencia académica.

Las becas educativas más antiguas que entrega CCU son las de la Corporación de Amigos del Teatro Municipal y las de Fundación Juan Pablo II

de la Universidad Católica, que se remontan a los comienzos de los '90.

Creando conciencia ecológica

En su interés medioambiental, la Compañía, no sólo produce con tecnología limpia y protege el entorno natural que rodea a sus plantas,

sino que también ayuda a la forestación donando a la comunidad especies nativas del Vivero Cristal, ubicado en la planta cervecera de Temuco.

El proyecto de este vivero nació junto a la construcción de la moderna planta sureña por contar allí con el terreno y clima apropiados para el cultivo de árboles nativos. Así, el vivero alberga alrededor de 100 mil ejemplares autóctonos, tales como Araucarias, Canelos, Laureles, Notros, Avellanos, Ulmos, Raulíes, Coigües, Robles y Tineos.

Confiados en que la entrega de árboles nativos es un

aporte concreto en la mejoría de la calidad de vida de las personas, desde el año 2001 se lleva a cabo un programa anual de donaciones en el que destina un promedio de 10.000 árboles. Hasta la fecha, la iniciativa ha entregado 32.500 árboles, siendo beneficiados con este apoyo jardines infantiles de la Fundación Integra, familias del programa Chile Barrio, parques nacionales de Conaf, centros hospitalarios, la mayoría de las municipalidades de la IX Región, la Universidad Autónoma del Sur, Inacap Temuco, Conadi, y colegios de Temuco, entre otras entidades.



Planta CCU Chile, Temuco.



**PREOCUPADOS POR EL MEDIO
AMBIENTE**

El desarrollo sustentable de una empresa debe tener en cuenta los ámbitos económico, social y medioambiental. Desde sus inicios, CCU ha demostrado su interés por el cuidado del medioambiente, por el respeto a las normas, y por la protección del entorno que rodea a las operaciones productivas.

La Compañía cuenta con una Política Medioambiental Corporativa, que busca:

- Que todos sus negocios sean conducidos en concordancia con las leyes, regulaciones y permisos locales que protegen el medioambiente vigentes en Chile,
- Prevenir y controlar los impactos ambientales negativos, junto con desarrollar prácticas de mejoramiento continuo.
- Optimizar el uso energético y consumo de agua, así como potenciar la reutilización y reciclaje de residuos, mediante tecnologías apropiadas y económicamente viables.
- Promover una mayor conciencia medioambiental al interior de la Compañía y fomentar las mejores prácticas medioambientales entre nuestros proveedores y clientes.
- Contar material informativo adecuado sobre la gestión medioambiental de CCU.
- Contribuir a conservar el patrimonio natural y a fomentar una cultura de respeto medioambiental.

De acuerdo a la legislación ambiental vigente, todo proyecto implementado con posterioridad al año 1998 debe someterse al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) ante la Comisión Nacional de Medio Ambiente (CONAMA), mediante una Declaración o Estudio de Impacto Ambiental, dependiendo

del efecto que genere la nueva actividad en el medio ambiente. En este sentido, la Compañía ha desarrollado sus procesos y proyectos siguiendo los procedimientos descritos, cumpliendo las normas de emisión vigentes. En aquellas instalaciones que aún no alcanzan los parámetros establecidos en la normativa, se desarrollan proyectos tendientes a lograr los objetivos en los plazos establecidos por la autoridad.

Programa de gestión ambiental

CCU ha desarrollado un Programa de Gestión Medioambiental que otorga las directrices a sus plantas productoras de cerveza, pisco, vinos, bebidas y confites. Esta iniciativa contempla el tratamiento y reciclaje de desechos industriales, la optimización del recurso agua, plantación de áreas verdes y la promoción de hábitos de cuidado del entorno. El programa busca aplicar un enfoque integrado, a largo plazo, que involucre a la Compañía y sus filiales en el cuidado del medio ambiente, fomentando la responsabilidad individual y colectiva, junto con incorporar nuevos procedimientos y tecnologías limpias. Un equipo profesional interno especializado en el tema es el encargado de implementar este programa en forma global; esta unidad recibe la asesoría de instituciones nacionales e internacionales especializadas, entre ellas la Escuela de

Ingeniería Bioquímica de la Universidad Católica de Valparaíso, el Centro de Investigación EULA de la Universidad de Concepción, el DICTUC (Centro de asistencia técnica y de análisis de la Universidad Católica) y la Universidad Autónoma de México.

Para CCU el cuidado del medio ambiente involucra a toda la Compañía, fomentando la responsabilidad individual y colectiva junto con incorporar procedimientos y tecnologías limpias, optimizando recursos, potenciando el reciclaje y promoviendo una conciencia ecológica en la comunidad.



Planta Viña San Pedro, Molina.

Plantas con tecnología limpia

- En 2004 Viña San Pedro realizó importantes avances en materia medioambiental. En Molina inauguró una planta de tratamiento de RILES innovadora en su industria. Aprovechando la ingeniería de CCU, se creó un sistema que permite utilizar el agua tratada en el riego de las viñas resolviendo el problema de abastecimiento de este elemento y ganando como abono toda la materia orgánica que contiene permitiendo disminuir el compost. Además, se plantaron 20 há de especies nativas que son regadas con los RILES cuando estos no son usados en la viña. La inversión total fue de medio millón de dólares. Ese mismo año obtuvo la certificación ISO 14001-Gestión Ambiental.
- La Cámara Chileno Alemana, Ekoplant y Viña San Pedro pactaron un contrato de cooperación en el marco del del proyecto PPP (Public Private Partnership) para el tratamiento del 100% de los residuos orgánicos (orujos, escobajos y borras), obteniendo como resultado Compost de alta calidad, certificado por organismos alemanes.
- También en 2004 se pusieron en marcha plantas de tratamiento de aguas servidas en la planta de agua mineral Cachantun y la viña Altaír.
- La planta de Pisconor en Vicuña suscribió en

2004 el Acuerdo de Producción Limpia de la industria del pisco. Este compromiso que voluntariamente suscriben las empresas y es coordinado por la autoridad medioambiental de la IV Región e incluye disminuir los niveles de contaminación, y apegarse a las normas medioambientales, entre otros puntos.

- En septiembre de 2003, Viña San Pedro firmó el Acuerdo de Producción Limpia de la industria vitivinícola chilena. También a fines del año pasado, Embotelladora CCU cerró un acuerdo con la empresa sanitaria Essbio, del grupo Thames Water, para el tratamiento de los RILES y aguas servidas de su planta embotelladora en Talcahuano.

Siempre Activos

CCU cuenta con modernas plantas de tratamiento de RILES (Residuos Industriales Líquidos). Una de las mejores de este tipo en el país se encuentra en las instalaciones de CCU Chile en Temuco. Por su parte, Cervecera CCU Argentina posee una de características similares a la de Temuco; y en Antofagasta, una moderna planta de tratamiento biológico permite reutilizar los RILES como aguas recicladas para el riego de áreas verdes y la mantención de 13.000m² de jardines.

* Existen estimaciones de inversiones para los años 2005 y 2006 en planta cervecera Santiago

Inversión en Tecnologías de Producción Limpia			
Planta	Inversión Anual UF		
	2004	2005	2006
CCU Chile			
Santiago	4000	7000	18946
Temuco	2657		
CCU Argentina			
Salta		619	30027
ECCU			
Santiago	1006	1000	
Talcahuano	5743		
Cachantun	4200		
Viña San Pedro			
Lontué	1500	11500	
Molina	5000		
Viña Altair		3000	-
Kunstmann		843	1909

Fuente: Gerencia Ingeniería CCU

de CCU Chile y planta embotelladora Santiago de ECCU debido a que estos centros, de acuerdo a la legislación vigente actual, deberán cumplir con la normativa de a partir del año 2007. En un futuro cercano el escenario puede modificarse debido a cambios en la legislación actual y nuevas alternativas.

Cuidando los recursos

Energía

Las fuentes de energía utilizadas en la producción de cerveza, bebidas y vinos son generadores de vapor, a saber calderas a gas natural o a petróleo diesel o duales (gas natural y petróleo diesel), y grupo electrógeno: combustible, petróleo diesel. La Fábrica de Envases Plásticos (Plasco), utiliza energía eléctrica para la elaboración de botellas y cajas plásticas, evitando emisiones por combustión.

Todas las plantas de CCU cuentan con tecnologías de producción limpia, reutilización y ahorro de aguas y programas de ahorro de energía.

Iniciativas de Ahorro de Energía

- Mejoramiento con control de combustión por incorporación de equipos analizadores de gases, combustión en línea y transmisión de datos (calderas).
- Política proactiva de incrementar retorno de condensado de consumidores de vapor (energía térmica), los retornos de condensado se encuentra sobre el 85%. Auditorías de terrero a sistemas de condensado de planta.
- Incorporación de sistema de purga automática de caldera, se aprovecha el calor de purga continua para calentar una fracción del make-up de agua fresca al desgasificador y posteriormente a la caldera.
- Incorporación de sistema de medición de vapor para las líneas matrices principales para controlar por medio de indicadores su consumo en cada proceso.
- En CCU Chile, Planta Santiago, se incorporará un equipo intercambiador de calor en chimenea (economizador), con lo cual se aprovecha la energía de los gases de escapes para calentar el agua antes de ingresar a la caldera
- En CCU Chile Planta Santiago, conversión a uso de gas natural en generación de vapor.

Agua

Las instalaciones de la Compañía son abastecidas con agua potable de la red pública o de pozos profundos, con un posterior tratamiento de potabilización u otro necesario para ajustar el recurso a las condiciones de cada proceso. El agua es usada como materia prima en la elaboración de cerveza, gaseosas y aguas minerales y como parte del proceso en el saneado de redes e instalaciones.

Reutilización y Ahorro del Agua

Dentro del Programa de Gestión Ambiental, CCU

se ha propuesto una óptima valorización de los residuos líquidos. En esta línea, se desarrollan una serie de proyectos, como la captura de polución, reutilización, reciclo de aguas y separación de corrientes (aguas limpias, aguas lluvias, aguas servidas y residuos industriales) para minimizar los flujos y contaminantes, permitiendo realizar un manejo más eficiente en el uso del recurso agua, antes de su ingreso a la planta de tratamiento. Se suma la optimización de los procesos productivos, elaboración de protocolos o procedimientos de operación y capacitación orientados a mitigar la carga contaminante, promoviendo tecnologías limpias de producción.

Tratamiento de efluentes (RILES y Aguas Servidas)

Para el cumplimiento de los parámetros establecidos en las normativas de regulación de contaminantes asociadas a las descargas de RILES, en los plazos establecidos, en las diferentes plantas productivas; la Compañía ha seguido el siguiente procedimiento:

1. Estudios de Auditoría Ambiental y Caracterización de las descargas.

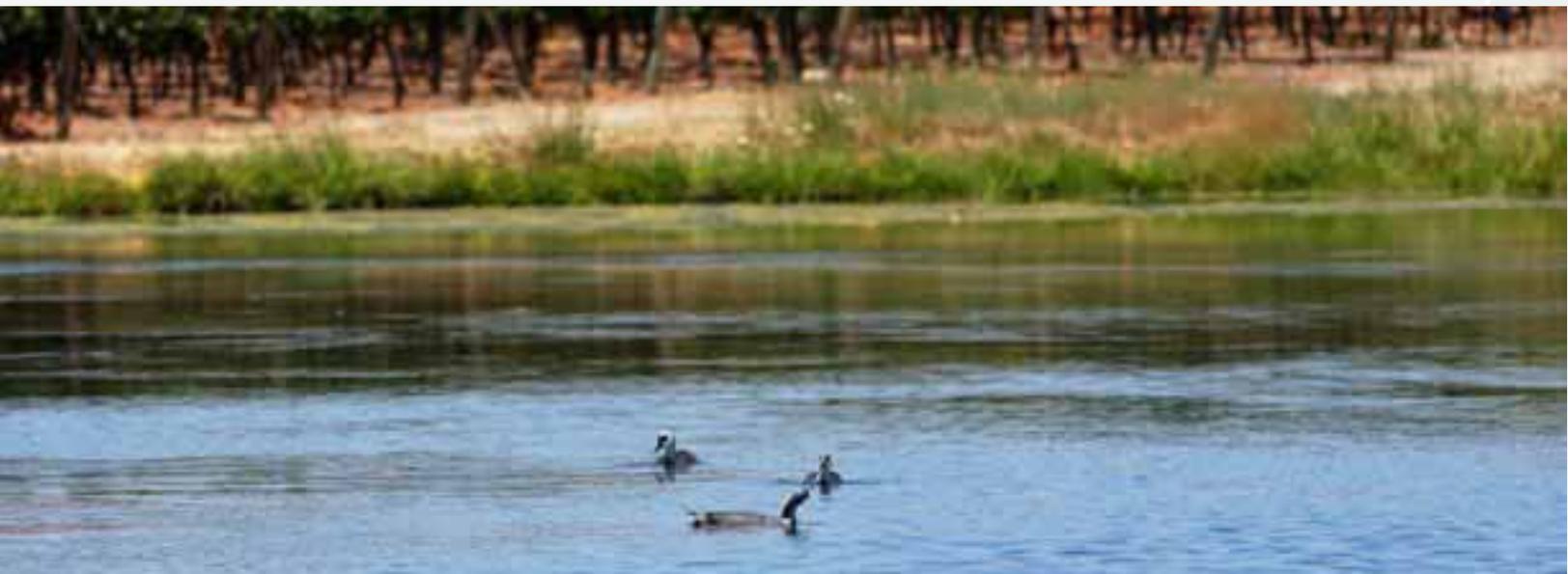


Planta CCU Chile, Santiago.

La auditoría ambiental y la caracterización de las descargas permite evaluar la situación ambiental de cada planta en función de los parámetros de emisión normados, y entrega las herramientas necesarias para desarrollar un plan de gestión orientado a reducir la carga contaminante a través del manejo de acciones y políticas de producción limpia. Dentro de esta etapa, se realiza también una revisión y evaluación de los sistemas de alcantarillado, de manera de independizar completamente la descarga de RILES, aguas servidas y aguas lluvias.

2. Desarrollo e implementación de un Plan de Gestión.

Esta labor consiste en una serie de acciones y medidas tendientes a reducir la contaminación a





Planta CCU Chile, Antofagasta.

través de procedimientos, tecnologías y políticas de producción limpia.

3. Recaracterización de las descargas.

Determina la calidad final de las descargas posterior a la implementación del plan de gestión y en esta información se valúa los resultados obtenidos y además determina los parámetros de descarga que permiten definir la mejor alternativa de manejo, disposición o tratamiento de los residuos industriales líquidos.

4. Evaluación de alternativas de manejo, disposición o tratamiento de RILES.

Dichas alternativas se evalúan desde un punto de vista técnico y económico.

Dependiendo de los resultados obtenidos, se implementa un sistema de tratamiento propio (planta de tratamiento) o se negocia con la empresa sanitaria (caso de descargas a sistemas de alcantarillado) el tratamiento de los

parámetros en exceso de la norma pertinente.

5. Implementación del sistema de manejo, disposición y/o tratamiento de RILES las diferentes plantas CCU han dado solución al manejo de los efluentes de acuerdo a la normativa vigente y los plazos estipulados

en ella, previo análisis de alternativas, en cuanto a la implementación de sistemas de tratamiento propio o la externalización de los servicios con las empresas de servicios sanitarios correspondiente.

Baja emisión gaseosa

CO2

De acuerdo a su política de reaprovechamiento de recursos, en CCU el dióxido de carbono producido durante la

etapa de fermentación de la cerveza es utilizado en el proceso productivo cervecero.. Las plantas cuentan con equipos de captación y purificación del CO2 que se genera durante la fermentación, recuperando entre el 65 y el 75 % del CO2, con lo cual se evita su eliminación al ambiente.

Respecto del CO2 emitido en la combustión, se ha logrado una significativa reducción a través de mejorar el control de la combustión y por la conversión a gas natural como combustible base.

En 1996 la Planta Cervecera en Santiago de CCU Chile fue pionera en conectarse a la nueva red de gas natural disminuyendo en un 80% sus emisiones de gas particulado.



Ozono y otros gases

Para mitigar el impacto medioambiental de la descarga de residuos gaseosos a la atmósfera, se reemplazaron los quemadores de petróleo de las calderas por un moderno sistema alternativo que utiliza el gas natural como fuente de energía. En 1996 la Planta Cervecera Santiago de CCU Chile se conectó a la nueva red de gas natural disminuyendo en un 80% sus emisiones de particulado.

CCU fue una de las industrias pioneras en implementar este sistema que, además, permitió un ahorro importante de material particulado de residuos sólidos, que quedan como consecuencia del proceso de lavado de los gases emitidos por calderas a petróleo. Asimismo, el uso de gas natural tiene un impacto positivo en las labores de mantención y operación.

Control de emisiones de gas

CCU mantiene un control proactivo respecto de combustión en las fuentes fijas, que implica el control sobre los gases y un ahorro económico de generación de energía térmica. Estos controles son:

- Analizadores de gases de escape de calderas en línea y monitoreado en forma continua.
- Intervención proactiva ante desviación de parámetros de combustión.
- Mantenimiento preventivo de fuentes fijas.
- Cumplimiento de un 100% de la exigencia

del SESMA en relación a la emisión de particulado (calendario de programación anual de mediciones isocinéticas a fuentes fijas). Las fuentes fijas de CCU cumplen con la norma del SESMA y, particularmente, con la exigencia de operación en Pre-emergencia y Emergencia Ambiental.

Recuperación de residuos

Los residuos sólidos generados en las instalaciones de CCU, se clasifican en dos grandes grupos:

- Subproductos de proceso; levadura, pajilla, orujo, medio grano, escobajo, tártaro agotado.
- Residuos Industriales Sólidos (RISES): papeles y cartones, vidrios, chatarra, tierras diatomeas, plásticos, basura, otros.

Los subproductos de proceso se reutilizan en un 100%, y son comercializados con empresas que les otorgan diversos destinos.

En la tabla siguiente se presenta una estimación de los subproductos generados por CCU Chile y Viña San Pedro.

RESIDUOS GENERADOS POR CCU CHILE Y VSP			
Subproducto	Proceso	Cantidad Anual (Toneladas)	Destino Final
Orujo	Elaboración de cerveza	52.400	Formulación de alimento para ganado
Medio grano		480	
Pajilla		640	
Levadura		370	
Tártaro agotado	Elaboración de vinos	36,2	Recuperación de ácido tartárico
Orujo+ escobajo		5.000	Formulación de compost para abono y enriquecimiento de suelos.

Fuente: Gerencia Ingeniería CCU S.A.

Por otra parte, un 49% de los RISES se recicla, correspondiendo a vidrios, chatarra y cartones. En la tabla siguiente se presenta una estimación de las cantidades anuales de RISES reciclados en CCU Chile.

RISES Reciclados en CCU Chile		
Tipo (Toneladas)	Cantidad Anual	Disposición Final
Vidrio	52.400	Cristalerías Chile
Chatarra	480	Comercializado a terceros
Cartones	640	Comercializado a terceros

Fuente: Gerencia Ingeniería CCU S.A.

Hasta ahora el 51% restante de los residuos industriales sólidos, correspondiente a lodos de planta de tratamiento de RILES y aguas servidas (CCU Temuco y VSP Molina), tierras diatomeas y basura, se mantiene en planta en contenedores hasta ser retirados y llevados a vertederos autorizados, con la correspondiente Declaración de Desechos del SESMA.

Botellas plásticas

Nuestra filial Plasco fabrica las botellas plásticas de las bebidas, jugos y aguas minerales CCU, compuestas en un 100% de polietileno tereftalato, PET. Este material no es biodegradable pero es totalmente reciclable por empresas especializadas.

Plasco recupera todo el material que es desechado durante el proceso productivo de la fabricación de sus productos reutilizándolo o comercializándolo para elaboración de alfombras, tela de polar y materiales y fibras sintéticos.

A comienzos de 2003, bajo el llamado "Su Botella Ayuda a Muchas Familias", el Centro Nacional de la Familia (CENFA), junto a CCU, Conama y Recipet, lanzaron una campaña de reciclaje de botellas plásticas que busca apoyar a familias necesitadas y contribuir a promover una mayor conciencia ecológica. La recolección de envases PET se realiza mediante contenedores instalados en lugares públicos, como en accesos a supermercados, algunas plazas y condominios.

Controlando los niveles de ruido

En general, los niveles de ruidos generados por las distintas instalaciones pertenecientes a la Compañía se encuentran bajo los límites establecidos por la normativa. En este contexto, en las obras en construcción se utilizan materiales que absorben y minimizan los niveles de ruido producidos por ciertos procesos.

Transporte respetuoso del medio ambiente

Para realizar su actividad de distribución en Chile, CCU opera a través de terceros una flota de 850 camiones para el despacho directo a minoristas y supermercados (de entre 4 y 10 toneladas de capacidad de carga) y 150 para abastecimiento de centros de distribución (entre 35 y 40 toneladas).

De los camiones de menor tonelaje, un 93% cumple con la exigente Norma de Emisión Actual EURO II-EPA 94 y también lo hace un 30% de los de mayor tonelaje. El resto de los vehículos cumple con creces la norma Emisión Actual EURO III-EPA 98.

Sólo un 2% de los camiones no cumplen la Norma de Emisión Actual y todos se encuentran operando en zonas rurales, donde no se aplica el ordenamiento de la Región Metropolitana. En 2004 se renovaron el 90% de los camiones de distribución a minoristas con antigüedad mayor de 7 años, lo cual suma aproximadamente 80 camiones. El restante 10% se realizará durante el Primer Trimestre de 2005.

Además, CCU utiliza un total de 211 grúas horquillas en el país en la carga y descarga de camiones. Para esta flota de uso interno, pese a no ser regulada por norma de emisiones exigida por la autoridad, se optó por hacerla funcionar con gas licuado, combustible menos contaminante que el petróleo diesel o la gasolina.





Programa "Educar en Familia".



**CONSUMO RESPONSABLE
DE ALCOHOL**

La educación e información permanente a los consumidores de los productos que desarrolla CCU es parte de su responsabilidad corporativa. Significa mantener un rol activo en la comunicación de sus consumidores, en la sustentabilidad de la empresa y es un deber ético en todos los aspectos que involucra el desarrollo integral de su negocio.

CCU posee una política clara sobre Responsabilidad para sus Productos con Alcohol que se basa en la premisa que estas bebidas son exclusivamente para mayores de 18 años. Para CCU, el consumo de alcohol, al igual que el de la mayoría de los productos alimenticios, es beneficioso si se hace en forma moderada y responsable; y perjudicial si se hace en exceso.

Así, esta política se concreta en una serie de programas y actividades destinadas a educar en un consumo responsable de alcohol.

Programa “Educar en Familia”

CCU es una empresa que participa en la industria de bebestibles siendo uno de sus negocios las bebidas con alcohol. En el marco de su compromiso de informar sobre el correcto consumo de sus productos, en 2000 nace el programa “Educar en Familia” cuyo objetivo es evitar el consumo de alcohol en menores de edad transformándose en una iniciativa pionera en Chile, en materia de consumo responsable de alcohol.

Este taller gratuito organizado por CCU y conducido por especialistas es dictado en colegios municipalizados y está orientado a entregar información a padres y madres de preadolescentes para apoyar su rol formativo promoviendo una forma de beber responsable con base en la correcta información y el diálogo.

Hasta la fecha, 250 colegios han participado en esta iniciativa alcanzando a 20.000 familias.

En 2002 comienza el curso de “**Monitores de Educar en Familia**” que capacita a profesores y apoderados para que repliquen el taller “Educar en Familia”. Mediante una capacitación de 15 horas dictadas por especialistas, se entregan conocimientos sobre rol y conductas preventivas de los padres, motivaciones asociadas al consumo de alcohol, efectos en el organismo y consecuencias sociales, familiares y psicológicas del consumo de alcohol en menores, entre otros.

Hasta 2004 se ha capacitado a 660 monitores.

En 2003, el programa “Educar en Familia” inicia una nueva fase, ampliándose a colegios particulares y cada año se llega gratuitamente a 10 colegios.

Por su parte, 124 trabajadores de CCU de todo Chile fueron protagonistas del programa que se impartió a través de educación a distancia en modalidad de e-learning por medio de la Intranet de la Compañía. Este programa se extenderá a todos los empleados de CCU en 2005.

En términos de evaluación, los resultados de sucesivos estudios muestran que aquellas familias que han asistido a los talleres de “Educar en Familia” han tenido un mayor acercamiento con sus hijos para conversar respecto del alcohol pues se sienten más preparados al contar con la información necesaria.

Otras acciones preventivas

Otra de las acciones que CCU realiza son campañas en conjunto con Carabineros de

Programa “Fiestas Patrias”



Chile para informar sobre consumo responsable de alcohol y conducción vehicular. Desde 1999 durante Fiestas Patrias se distribuyen en todo Chile más de 100.000 volantes con información sobre conductas seguras de automovilistas, peatones y ciclistas. Además, previo a las celebraciones de Año Nuevo, se realiza una intensa campaña radial con entretenidas frases que refuerzan la idea de la incompatibilidad de beber y manejar.

Las marcas líderes de CCU también comparten su preocupación por la educación en el consumo responsable de alcohol. Desde 1994 cerveza Cristal mantiene en TV, radio y vía pública la campaña **“Si vas a beber pasa las Llaves”** que es ampliamente reconocida por el público. De esta forma con creatividad y esfuerzo CCU busca educar en un consumo responsable de alcohol reforzando el concepto del autocuidado y de responsabilidad individual de las personas.

Campaña “No Venta de Alcohol a Menores”

“Aquí no vendemos alcohol a menores de edad” es lo que dice el autoadhesivo que ya es posible ver en las botillerías y almacenes de todo el país que han adherido a la campaña **“No Venta de Alcohol a Menores”** que CCU inició a fines de 2004 y que se ha instalado en los 20.000 clientes minoristas y mayoristas con los que trabaja la Compañía.

Con el apoyo de la Confederación de Comercio Minorista y la Asociación de Botillerías, el objetivo es establecer un compromiso entre el comercio

y la industria de no comercializar productos con alcohol entre los menores de edad. Si bien la Ley de Alcoholes 19.925 prohíbe y sanciona la venta a menores, muchas veces los jóvenes se las ingenian para adquirir alcohol. La idea es ayudar y respaldar a los comerciantes en este

esfuerzo entregando un distintivo adhesivo para que pongan en sus locales con la leyenda **“Aquí no vendemos alcohol a menores de edad”** de manera que los menores de 18 años sepan que no pueden comprar alcohol en esos lugares.

CCU tiene cerca de 90.000 clientes en todo Chile, de los cuales 20.000 son botillerías, almacenes y mayoristas. Esta campaña está dirigida a ellos ya que este tipo de locales comerciales tiene un enorme arraigo en las comunidades donde están insertos, son puntos de encuentro de las personas y existe un vínculo muy personal entre el comerciante y sus

clientes, por eso es importante que sean ellos los que tomen la iniciativa de no venderle alcohol a los menores de 18 años.

La fuerza de venta de CCU ha sido clave en esta campaña ya que ellos son los promotores en terreno de esta cruzada transmitiendo activamente el mensaje de la no venta a menores de edad y entregando el material en cada una de las visitas a sus clientes.

Paralelamente, se entrega a cada cliente información sobre las implicancias de la ley 19.925 que establece severas sanciones al expendio de alcohol a menores de edad explicando la importancia de exigir carné de identidad al momento de la venta.



Campaña “No Venta de Alcohol a Menores”



Punto de venta CCU



**RELACION CON CLIENTES
Y CONSUMIDORES**

Con un variado y atractivo portafolio de más de 60 marcas de cervezas, gaseosas, vinos y piscos y cerca de medio centenar de confites, CCU llega anualmente a los hogares de más de 10 millones de consumidores.

En constante innovación, CCU se preocupa de investigar y mantenerse informada respecto a las preferencias y gustos de sus consumidores de manera de estar siempre en sintonía con cada uno de los públicos a los que apuntan sus productos. Así, constantemente lanza nuevas versiones, prácticos formatos y empaques más seguros, cómodos, modernos, que se ajustan a las ocasiones de consumo del ritmo actual.

Cada producto de CCU lleva información impresa en sus etiquetas con datos sobre origen, ingredientes, cantidades, duración, etc. de los mismos.

Preocupada de dar el máximo de satisfacción a todos quienes consumen o comercializan sus productos, CCU tiene en todos sus envases información del Servicio de Atención al Consumidor CCU. Este servicio funciona las 24 horas los 7 días de la semana y permite que los llamados de cualquier parte del país sean atendidos ágilmente por un equipo de operadoras, quienes responden rápida y eficientemente derivando las inquietudes y reclamos a las unidades competentes.

Sólida amistad con sus clientes

Los más de 150 años de CCU le han permitido ser una empresa siempre presente en el mercado nacional, estableciendo y consolidado una estrecha relación con todos aquellos que venden al público sus productos, que sólo en Chile conforman un grupo de 93 mil clientes directos de bebidas refrescantes y más de 37 mil que trabajan con sus cervezas, vinos y piscos.

El vínculo con estos comerciantes se basa en una actitud transparente, honesta y de mutuo beneficio,

y genera un fuerte compromiso por parte de la Compañía con este importante sector de la economía nacional. Este compromiso, que se traduce en potenciar las capacidades de los clientes y trabajar en conjunto para su

prosperidad, no sólo va en provecho de estos casi 130 mil clientes, sino además de sus grupos familiares, constituyendo una comunidad de amigos que supera el medio millón de personas.

Buscando crecer junto a sus clientes, CCU y sus filiales: CCU Chile, Embotelladora CCU, San Pedro Wine Group y Piscoconor desarrollan permanentemente planes de trabajo con sus clientes

que contemplan, entre otros, la instalación de equipos de frío, de letreros luminosos y material de apoyo a la venta tales como exhibidores, muebles, pizarras de diseño atractivo y buena

El variado y atractivo portafolio de más de 60 marcas de cervezas, gaseosas, vinos y piscos y cerca de medio centenar de confites de CCU llega anualmente a los hogares de más de 10 millones de consumidores.



Servicio de Atención al Consumidor



Punto de venta CCU

calidad. Todos estos activos financiados por la Compañía sirven para mejorar la calidad de servicio que brindan a los consumidores.

- El plan de cobertura de frío de Embotelladora CCU ha logrado instalar un parque que supera las 35 mil máquinas. En el caso de CCU Chile, mantiene más de 39 mil puertas de frío instaladas en puntos de venta de todo el país.
- El suministro de letreros luminosos y neones a los clientes ha significado la entrega de más de 5 mil piezas a clientes de CCU Chile los que también cuentan con exhibidores y pizarras de las marcas de la Compañía haciendo más atractivos sus negocios.

El apoyo al negocio de sus clientes también se manifiesta en el desarrollo de concursos y promociones para incentivar sus ventas. Adicionalmente, se realizan una serie de actividades que acercan a los clientes a CCU y, a la vez, aumentan su cultura sobre bebestibles como las visitas a nuestras plantas cerveceras y bodegas de vinos, las catas técnicas en eventos corporativos y restaurantes y las giras que VSP ha realizado junto a grupos de clientes a las zonas vitícolas de renombre mundial Burdeos (Francia), Napa Valley (California), y La Rioja (España).

Plan Punto Máximo

En 2004 el Plan Punto Máximo, orientado a maximizar la rentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción de los clientes; se encuentra implementado en la mayor parte de las filiales de CCU.

El Plan Punto Máximo contempla los siguientes cuatro elementos:

- **Máxima segmentación**
- **Máxima ejecución**
- **Máximo margen**
- **Máxima satisfacción**

Durante 2004 se implantarán diversas medidas orientadas a concretar el trabajo realizado el 2003 con la creación de este importante Plan:

- a) Implementar exitosamente un sistema de segmentación que ampliará considerablemente los segmentos en que se agrupa la vasta gama de clientes de CCU, reconociendo de mejor manera sus necesidades.
- b) Compensar a la fuerza de venta en función de los márgenes y ejecución realizada en el punto de venta, en adición a los volúmenes.

c) Mejorar el soporte tecnológico a la fuerza de venta de modo de facilitar la ejecución en cada segmento.

Marketing con causa

La excelencia en la gestión de marketing es una característica de CCU. Queriendo ser parte de la vida de consumidores y clientes, acompañarlos en sus intereses, estar presente en las actividades que los unen y les transmiten valores positivos, las marcas de CCU han optado por invertir respaldando el deporte, realizando eventos de música y arte y, muy especialmente, involucrándose en causas que benefician a la comunidad, a través de su marketing social.

Cerveza Cristal ha estado junto a la Teletón desde su primera emisión en 1978 siendo una de las marcas más antiguas en el apoyo de esta cruzada. Junto a ella en 2004 estuvieron presentes Cachantun, Bilz y Pap, Ruta Norte

y Gato. Estas cinco marcas auspiciadoras aportaron más de \$300 millones a la obra en favor de los niños discapacitados, ubicando a CCU entre las cinco empresas que más donaron y la primera del rubro consumo masivo.

Las marcas de CCU han optado por invertir respaldando el deporte, realizando eventos de música y arte y, muy especialmente, involucrándose en causas que benefician a la comunidad, a través de su marketing social.

En tanto, Cachantun desarrolla desde 2001 una importante labor junto a los médicos del país dirigida a fomentar conductas saludables y resaltar los beneficios del consumo de agua. La elaboración de fichas que se distribuyen en la revista del Colegio Médico, por correo, visitas mensuales a más de 100 pediatras dejando muestras de agua mineral y material escrito, entrega de folletos en congresos y en jardines infantiles, son algunas de las

actividades de esta campaña de salud. Por otro lado, Cachantun realiza junto con la Fundación Alter Ego el Cachantun Fashion, importante desfile chileno de moda internacional, en el que los fondos recaudados benefician a los niños con daño cerebral que rehabilita esa institución. Por su parte, Bilz y Pap entrega un importante apoyo a la Fundación Paz Ciudadana. En

su calidad de principal auspiciador, Bilz y Pap aportó en 2004 alrededor de 31 millones de pesos en aporte y donaciones a esta iniciativa que apunta a la formación de seguridad personal. También, la marca de bebidas de fantasía desarrolla un programa de Visitas Escolares, que ha permitido que más de 18 mil niños, entre 6 y 14 años, conozcan el proceso productivo de Embotelladora CCU. Esta iniciativa, cuyo

Campaña "Pasa las Llaves"





costo anual se aproxima los 30 millones de pesos, -contemplando traslados en bus especial, recorrido por la planta embotelladora, juegos y regalos- une el mundo estudiantil con el mundo industrial de una manera entretenida y lúdica. La magnitud de la planta Cervecera Santiago, la ha situado en un punto de alto interés a nivel educacional, empresarial, de renovación tecnológica, de negocios, etc. De esta forma se integra a la comunidad actuando constantemente como referente obligado de instituciones educativas y empresas que la visitan

asiduamente. Son más de 3.000 personas anuales las que participan del plan de visitas a esta planta donde reciben información sobre los procesos industriales asociados a la fabricación de cerveza.

Como éstos hay otros ejemplos de marketing valórico entre las marcas CCU, que constituyen una alternativa para ayudar a la comunidad, vinculando sus productos a causas nobles, en las que son portadores de alegría, unión y solidaridad.



Planta Cervecería CCU Chile



CALIDAD: La Excelencia Como
Premisa Fundamental

Para CCU la calidad es un valor fundamental y es el resultado de una actitud comprometida que tiene que ver con el esfuerzo y la metodología con que trabajan todos los que forman parte de la organización. La premisa básica con que trabaja CCU es hacer todo con excelencia. Esta directriz está presente desde el origen de nuestros procesos tanto en la elección de las materias primas, en la optimización del trabajo, la eficiencia de la logística y las condiciones de trabajo de las personas. De esta forma se asegura las más alta calidad a clientes, consumidores y a todos los que se relacionan con la Compañía.

CCU entiende que el compromiso por la calidad y el medio ambiente no son solamente factores primordiales para el crecimiento sustentable y el aumento de la rentabilidad, sino también una responsabilidad del Gobierno Corporativo, y a partir del año 2004, está incluido en los Procesos Directivos de la Compañía.

Esto permite alinear e inspirar a toda la organización bajo un concepto integral de calidad, como un proceso transversal que apoya el Plan Estratégico de las filiales.

Por otra parte, CCU sigue extendiendo las políticas relacionadas con la calidad y medio ambiente hacia sus proveedores,

incentivándolos a contribuir en conjunto, a la mejora continua de sus productos y servicios, y a sus respectivos estándares de calidad.

Otra dimensión de este contexto, es la calidad del servicio al cliente y anualmente, mediante una encuesta se mide el nivel satisfacción, la cual es un importante indicador de aprobación.

En cuanto a su gente, CCU impulsa la mejora permanente, aumentando el interés en la capacitación, la motivación, y el trabajo en equipo, con el objetivo no sólo de desarrollar excelentes profesionales, sino también, activos miembros de la comunidad.

Los esfuerzos que CCU ha desplegado en este sentido han rendido frutos. Varias de sus plantas se encuentran hoy certificadas bajo exigentes normas de calidad internacionales y se esfuerzan por conseguir otras adicionales.

Todas las instalaciones de nuestras empresas en Chile y Argentina, se rigen por las normas nacionales e internacionales de manera de asegurar estándares de calidad, higiene, salubridad y seguridad.

De esta manera las plantas de Cachantun y Plasco cuentan con la certificación ISO 9001; las plantas de Santa Fe y Salta en Argentina, la de Cachantun y la de Viña San Pedro en Molina tienen certificación HACCP.

Durante el año 2004, CCU Chile adhirió a todos los sistemas de medición de gestión de Heineken, con gran éxito. El envío de cervezas Heineken producidas en nuestras plantas para la evaluación en Holanda ha tenido muy buenos resultados, obteniendo en diciembre del mismo año, la cerveza mejor evaluada organolépticamente del mundo. Además, está trabajando en la validación del HACCP y el GMP.



Viña San Pedro es el único operador de esta industria en el país que ha logrado la exitosa implementación y certificación de las normas internacional más importantes (HACCP, BRC, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS), liderando, de esta forma, el compromiso de CCU con la calidad de sus productos. Dicha posición se verá fortalecida próximamente con la certificación bajo la nueva norma de alimentos de la Unión Europea, el IFS.

Pisconor suscribió el Acuerdo de Producción Limpia del Gobierno de Chile, que contiene

temas referentes a residuos, higiene y seguridad, gestión integral y capacitación en la prevención sobre la contaminación.

Entre los principales beneficios de contar con estos estándares comunes para todo el mundo, que avalan la calidad de los procesos, está el de facilitar el comercio entre empresas de diferentes países. Otra ventaja radica en la fuerte orientación de la empresa hacia el mercado y el compromiso que adopta todo el personal en el desafío de excelencia.

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN INTERNACIONALES									
		GMP	ISO 9000	ISO 14000	OHSAS	HACCP	BRC	IFS	APL
	Molina								
VSP	Santa Helena								
	La Celia								
ECCU	Santiago								
	Cachantun								
	Santiago								
CCU Chile	Antofagasta								
	Temuco								
CCU Argentina	Salta								
	Santa Fe								
Pisconor	Río Elqui								
Plasco	Santiago								

Certificado En Proceso

*HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Point Management
 GMP: Good Manufacturing Practices
 BRC: British Retailer Council
 ISO 9001: Process and Quality Administration

ISO 14001: Environmental Administration
 OHSAS: Occupational Health and Safety Assessment Series
 IFS: International Food Standard
 APL: Acuerdo de Producción Limpia





PLASCO



PROVEEDORES: Una Alianza de Colaboración



En las múltiples actividades que demandan los negocios de CCU se trabaja con una gran cantidad de proveedores de materias primas, insumos, productos, equipos y servicios estableciendo con todos ellos relaciones respetuosas, responsables, basadas en la mutua confianza y sobre todo en búsqueda de calidad. Este enfoque de excelencia compartido favorece en muchos casos el surgimiento de alianzas estratégicas de largo plazo que incentivan en el proveedor la introducción en su empresa de mejoras tecnológicas, de gestión empresarial e infraestructura que favorecen su progreso.

En Chile la Compañía interactúa con 10 mil empresas proveedoras y una cantidad cercana a mil en el extranjero, cuyas compras anuales totalizan 145 mil millones de pesos. Las principales adquisiciones que realiza –tanto en volumen como en valor– corresponden a las materias primas cebada malteada, botellas de vidrio y plástico, tapas plásticas, latas, etiquetas para sus envases, azúcar y concentrados para bebidas. En tanto mantiene contratos permanentes con una veintena de pequeños y medianos empresarios para el suministro de artículos de escritorio, de computación, aseo, eléctricos, ferretería, repuestos industriales, formularios continuos, rodamientos, insumos de

mantención y artículos de seguridad, entre las categorías más habituales.

En la preocupación permanente por asegurar la calidad de todos nuestros productos y procesos, CCU ha implementado desde 2003 un sistema de evaluación, seguimiento y certificación de nuestros proveedores llamado “Proceso de Homologación de Proveedores” que permite encauzar a estos “socios estratégicos” en determinados estándares de trabajo, así como en el cumplimiento de normas ambientales, sanitarias y laborales.

En 2004, 200 empresas proveedoras nacionales entraron en este proceso dado que comercializan con CCU volúmenes importantes de materias primas, equipos, insumos y servicios relevantes. Los estándares requeridos tienen que ver con factores de estabilidad financiera, procesos industriales, calidad de productos o servicios, seguridad e higiene ambiental, cumplimiento de normas laborales, existencia de programas de capacitación para sus empleados, evaluaciones de impacto ambiental y sistemas de gestión ambiental. Al ingresar al programa, estas empresas son evaluadas para conocer su situación actual, después se realiza un informe que permite

detectar y corregir los puntos débiles para poder certificarlas como proveedoras de CCU. Posteriormente, se realiza un seguimiento para mantener los estándares requeridos que son exigencias a nivel mundial que CCU cumple con rigurosidad.

Para CCU el compromiso social de una empresa también se manifiesta en el ámbito de las soluciones tecnológicas que colaboran con el progreso de las personas, así en enero de 2002 introdujo la eficiente herramienta “Portal de Proveedores”. Este sitio de compras y administración de contratos a través de Internet simplificó el proceso administrativo de la gestión de adquisiciones y, por otra parte, permitió a los proveedores ingresar electrónicamente sus facturas al sistema contable de CCU y otros documentos y acceder por sí mismos a la información de pagos.

En el caso de nuestras materias primas críticas, el Portal incorpora los planes de producción de sus insumos, entregando la responsabilidad de abastecimiento al proveedor, quien administra sus despachos y controla el stock. Todo esto con herramientas en el sitio que determinan on-line eficiencias en los despachos y en sus planes de producción internos. Iniciada en enero de 2002 esta iniciativa ha generado importantes ahorros para CCU y los proveedores ya que ha conseguido optimizar los inventarios de materias primas; reducir los plazos de reposición, el número de transacciones y minimizar los errores asociados a la digitación de documentos.

Durante el año 2004 los montos transados a través del Portal alcanzaron a un total de 18 mil millones de pesos.



Convención "Punto Máximo" 2004



GOBIERNO CORPORATIVO DE CCU:
Trabajando Dentro de Un Marco Ético

Desde su fundación, CCU ha estado comprometida con los más altos estándares de gobierno corporativo y administra sus negocios con apego a las normas éticas y legales contenidas en la legislación vigente en Chile, particularmente en la Ley de Sociedades Anónimas y la Ley de Mercado de Valores.

El Gobierno Corporativo de CCU se ejerce a través del Directorio y la Gerencia General. El Directorio está integrado por nueve miembros representantes de todos los accionistas y es su responsabilidad garantizar la orientación estratégica de CCU y el control efectivo de su administración, debiendo rendir cuenta anual a los accionistas. En el desempeño de su labor los directores disponen de una información completa y oportuna, formulada de buena fe, con la diligencia, dedicación y cuidado debidos y velando siempre por el mejor interés de la Compañía.

En el cumplimiento de sus obligaciones de administración, el Directorio cuenta con dos instancias que lo asisten y apoyan en su función de análisis y supervisión: el Comité de Negocios y el Comité de Directores. El primero está integrado por cuatro directores, dos ejecutivos y un asesor, y se encarga de analizar en profundidad y con mayor detalle los asuntos de negocios que se presentan al conocimiento y decisión del Directorio.

Por su parte, el Comité de Directores –llamado inicialmente en su génesis legal Comité de Auditoría-, tiene entre sus facultades y deberes el examinar los estados financieros presentados, así como también los informes de los auditores externos al balance y pronunciarse a su respecto en forma previa a ser presentados a

los accionistas para su aprobación, así también propone los auditores externos y clasificadores privados que trabajarán para la Compañía en un determinado año, también examina e informa al Directorio todas las operaciones y contratos entre empresas relacionadas y aquellos donde algún director pueda tener interés y las demás materias que le encomiende la ley, una junta general de accionistas o el Directorio, en su caso. Este comité está formado por tres directores, dos de ellos independientes del accionista controlador, con lo cual se persigue que accionistas minoritarios ejerzan una tarea fiscalizadora.

En tanto, la Gerencia General de CCU reporta su accionar al Directorio y para llevar a cabo la gestión empresarial cuenta con la colaboración del Comité de Dirección, el que está integrado por los gerentes de las filiales (UEN), unidades de soporte (UES) y unidades corporativas (UAC). El Comité de Dirección diseña el

Plan Estratégico de la Compañía y sus filiales, debiendo, una vez aprobado por el Directorio, velar por su cumplimiento.

Código de Ética

Los principios éticos que orientan la actitud y conducta de cada uno de los integrantes de CCU y sus filiales, son el sustento de la imagen sólida y confiable que la Compañía ha logrado en sus 150 años de vida. El Código de Ética de CCU, difundido en 2004, es una compilación de las directrices que han regido a la Compañía reunidas en un solo texto para continuar siendo observadas en el ejercicio laboral, de manera de mantener siempre altos estándares éticos en las actividades que desarrolla cada uno de sus integrantes.

Desde su fundación,
CCU ha estado
comprometida con los
más altos estándares de
gobierno corporativo y
administra sus negocios
con apego a las normas
éticas y legales

Este Código de Ética establece un conjunto de criterios, normas, pautas y reglas aplicables a todos los trabajadores de CCU y sus filiales, entendiéndose por tales a cualquier persona que tenga un contrato de trabajo vigente con la Compañía ya sea en forma permanente o transitoria.

La Compañía tiene la clara convicción que, para crecer y desarrollarse, debe partir de objetivos empresariales y principios éticos compartidos por todos quienes integran CCU. En este sentido, CCU orienta su actuar teniendo como objetivo prioritario su desarrollo continuo, su liderazgo y la satisfacción de sus clientes. Uno de los objetivos más importantes, es mantener el buen nombre y prestigio con que es reconocida, tanto a nivel nacional como internacional, conscientes, por cierto, de la gran responsabilidad social y económica de la cual es depositaria, buscando diariamente obtener los mejores resultados en forma honesta, justa y con estricto respeto a la legalidad vigente.

Queda estipulado en el Código que CCU asegura la igualdad de oportunidades para todos sus trabajadores y para quienes postulan a la empresa, sin consideraciones de raza, religión, sexo, edad, país de origen o

impedimentos físicos al tratarse de decisiones de reclutamiento, capacitación, compensación, promoción y toda decisión relativa a su personal. Además, consciente de su rol a nivel social, CCU seguirá desarrollando con fuerza actividades que la comprometan con la sociedad.

Comunicación y transparencia

La política de comunicación y transparencia de CCU garantiza que todos sus accionistas tengan acceso a información relevante y actualizada en forma íntegra, oportuna y veraz. Esta información permite a los accionistas y a potenciales inversionistas formarse opiniones claras acerca de los negocios que conduce la Compañía.

Asimismo, CCU cumple oportunamente con informar sobre su situación financiera y de sus hechos esenciales y relevantes a la autoridad fiscalizadora del país. Además, pone a disposición de la prensa y del público en general toda la información importante para el mercado. Por último, las auditorías que realiza la firma de auditores externos proporciona una garantía objetiva e imparcial sobre la forma en que se elaboran y presentan sus estados financieros.

RECONOCIMIENTOS:

CCU ha sido destacada en los rankings de excelencia empresarial y también recibe galardones por su labor en responsabilidad social hacia la comunidad, campañas publicitarias de sus marcas, calidad de sus procesos y productos.

A continuación se citan principales reconocimientos, evaluaciones y premios de los últimos cinco años.

2000

- Cerveza Cristal fue elegida Gran Marca Actual de Chile por Marketing Hall of Fame, distinción creada por The American Marketing Association (AMA) en su primera premiación en Chile.
- Premio Ernesto Pinto Lagarrigue de la Corporación de Amigos del Arte por el programa "Cerveza Cristal en el Arte".

2001

- Premio al Desarrollo Social 2001 de SOFOFA por las iniciativas de consumo responsable de alcohol "Educar en Familia" y Fiestas Patrias, y de difusión artística "CCU en la Cultura".
- Premio Brand Manager of the Year de Anheuser-Busch para Subgerente Marcas Internacionales; Sami Mansour.
- Primer lugar en Concurso Anual de Memorias de (PWC) & Revista Gestión.

2002

- Primer lugar en encuesta Empresas Más Admiradas del Diario Financiero & Pricewaterhouse Coopers (PWC).
- Premio Diploma Ouro de Beverages Packaging Awards 2002 para agua mineral Porvenir
- Premio Eagle Award de Anheuser-Busch para la gestión de la marca Budweiser en Chile.
- Primer lugar en Concurso Anual de Memorias de (PWC) & Revista Gestión.

2003

- Premio a Estrategia E-Business de CCU en concurso de revista Computer World & Asociación Chilena de Empresas de Tecnología & Cámara Nacional de Comercio.
- Premio International Quality Award de Pepsi Beverages International a Planta Ecusa Talcahuano.
- Décimo Lugar en encuesta Empresas Más Admiradas de La Segunda & Adimark
- Sexto lugar en encuesta Empresas Más Admiradas del Diario Financiero & (PWC).
- Décimosegundo lugar en Ranking de Reputación Corporativa de La Tercera & Hill and Knowlton Captiva & Collect Investigaciones de Mercado.
- Diploma de oro en The New York Festival para spot "Metro" de bebida Crush.
- Diploma de bronce en International TV & Film Festival of New York para spot "Baño" de la campaña Relájate 2003 de Cerveza Cristal.
- Premio Brand Manager of the Year de Anheuser-Busch para Subgerente Marcas Internacionales de CCU Chile; Milly Dughman.
- Primer lugar en Concurso Anual de Memorias de (PWC) & Revista Gestión.

2004

- Décimo Lugar en encuesta Empresas Más Admiradas de La Segunda & Adimark
- Séptimo lugar en encuesta Empresas Más Admiradas del Diario Financiero & (PWC).
- Primera empresa chilena y segunda latinoamericana con mejor área de Relación con los Inversionistas en la categoría alimentos y bebestibles de la revista Institutional Investor Research Group.
- Tercer lugar en Concurso Anual de Memorias de (PWC) & Revista Gestión.
- Grand Prix y León de Oro en Festival de Publicidad de Cannes, Francia, por Campaña en Medios "La Fuerza está con Cerveza Cristal", única marca chilena y cuarta en Iberoamérica en obtener tal galardón.
- Gran Prix y Sol de Oro 2004 Festival Iberoamericana de Publicidad, FIAP, por Campaña en Medios "La Fuerza está con Cerveza Cristal".
- Gran Prix y Oro Festival ACHAP 2004 por Campaña en Medios "Rompiendo el Zapping" de Cerveza Cristal.
- Gran Prix y Oro Festival el Ojo de Iberoamérica por "La Fuerza está con Cerveza Cristal".
- Sol de Oro Festival de San Sebastián, España, Campaña en Medios "La Fuerza está con Cerveza Cristal".
- Campaña del Año del Gunn Report For Media de por "La Fuerza está con Cerveza Cristal".
- Gran Effie por Campaña Ruta Norte, "Psicología Pura" y Effie de Oro por Éxito Sostenido para la campaña de Néctar Watt's "Los Frutero", en los EFFIE 2004.
- SIAL de Oro de París, por Mejor Producto de Chile para Ruta Sour.
- Gran Premio IST y Premio Nacional a la Excelencia 2004 del IST para Embotelladora CCU