

CCU REPORTA RESULTADOS CONSOLIDADOS AL SEGUNDO TRIMESTRE 2021^{1,2}

Santiago, Chile, 4 de agosto de 2021 – CCU anunció hoy sus resultados financieros consolidados para el segundo trimestre, finalizado el 30 de junio de 2021:

- **Los Volúmenes Consolidados** aumentaron 30,5%. El crecimiento en volumen según segmento de operación fue el siguiente:
 - **Chile** 40,2%
 - **Negocios Internacionales** 13,7%
 - **Vinos** 7,4%
- **Los Ingresos por ventas** subieron 47,6%
- **El EBITDA** alcanzó CLP 61.576 millones, un alza de 213,3%. La variación del EBITDA según segmento de operación fue el siguiente:
 - **Chile** 136,1%
 - **Negocios Internacionales** 81,2%
 - **Vinos** 4,1%
- **La Utilidad neta** alcanzó una ganancia de CLP 18.968 millones, versus una pérdida de CLP 3.257 millones el año anterior.
- **La Utilidad por acción** alcanzó CLP 51,3 por acción.

Principales indicadores <small>(En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera)</small>	2T21	2T20	Variación %		Acum '21	Acum '20	Variación %	
			21/20	21/19			21/20	21/19
Volúmenes	6.759	5.181	30,5	14,8	15.801	13.811	14,4	12,9
Ingresos por ventas	469.995	318.376	47,6	24,5	1.039.634	829.609	25,3	21,7
Margen bruto	220.428	134.567	63,8	24,0	509.796	388.361	31,3	20,5
EBIT	34.670	(7.457)	564,9	40,2	134.419	54.981	144,5	33,6
EBITDA	61.576	19.654	213,3	18,7	188.123	110.384	70,4	23,5
Utilidad Neta	18.968	(3.257)	682,4	5,1	83.352	28.978	187,6	25,2
Utilidad por acción (CLP)	51,3	(8,8)	682,4	5,1	225,6	78,4	187,6	25,2

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

2 Todas las referencias de este reporte, se entenderán referidas a cifras del 2T21 comparadas con cifras del 2T20, a menos que se indique lo contrario.

COMENTARIOS DEL GERENTE GENERAL

En el segundo trimestre de 2021, CCU continuó con una tendencia positiva, al registrar una fuerte mejora en volúmenes y resultados financieros, no sólo respecto al año pasado, sino también con respecto a cifras pre-pandemia (2019). Esto último ha sido el resultado de: (i) nuestra capacidad para adaptarnos y operar en un escenario desafiante dentro de la pandemia Covid-19 a través de la ejecución de un plan regional con tres prioridades: la seguridad de nuestra gente, la continuidad de las operaciones y la salud financiera, y (ii) la exitosa implementación de una estrategia con foco en mantener/ganar escala de negocios y participación de mercado, junto con una recuperación gradual de la rentabilidad, como hemos demostrado desde el 4T20.

En cuanto a nuestros resultados consolidados, los Ingresos por ventas aumentaron un 47,6% durante el trimestre, impulsados por un crecimiento del 30,5% en volúmenes (14,8% frente al 2T19) y un aumento del 13,2% en los precios promedio en CLP. La fuerte expansión de los volúmenes se explica por la recuperación del consumo, una sólida ejecución de ventas y la fortaleza de nuestro portafolio de marcas. En cuanto a los resultados financieros, el EBITDA alcanzó CLP 61.576 millones, una expansión de 213,3% (18,7% frente al 2T19), y el margen EBITDA mejoró 693 pb, pasando del 6,2% al 13,1%. El mejor resultado financiero fue impulsado principalmente por: (i) el aumento de los volúmenes consolidados, como se mencionó anteriormente, (ii) eficiencias generadas a través del programa ExCCelencia CCU, donde los gastos de MSD&A como porcentaje de los Ingresos por ventas disminuyeron del 45,8% al 39,6%, (iii) una expansión de 463 pb en el Margen Bruto como porcentaje de los Ingresos por ventas debido principalmente a efectos mix positivos y la implementación de iniciativas de gestión de ingresos, y (iv) efectos externos netos positivos provenientes de la apreciación de 13,1%³ del CLP frente al USD, que afectó favorablemente nuestros costos denominados en USD, parcialmente compensados por los ingresos de exportación de vino en moneda extranjera, y un mayor costo de las materias primas, en línea con el fuerte repunte del precio de los *commodities* durante el año. Con todo, la Utilidad neta totalizó una ganancia de CLP 18.968 millones frente a una pérdida de CLP 3.257 millones el año pasado.

En el Segmento de operación Chile, los Ingresos por ventas se expandieron en un 54,3%, debido a un crecimiento del 40,2% en volúmenes (21,3% versus el 2T19), impulsado por todas las principales categorías, y un 10,1% de aumento en los precios promedio. Los precios promedio más altos, se asociaron tanto a efectos positivos de mix, basados principalmente en un sólido desempeño de las marcas de cerveza premium, como a iniciativas de gestión de ingresos. El Margen bruto creció un 65,7% y como porcentaje de los ingresos por venta aumentó 343 pb, del 46,1% al 49,5%, principalmente como resultado de la expansión de los ingresos, mencionada anteriormente, eficiencias en la fabricación y un efecto externo neto positivo de la apreciación del CLP frente al USD, que afectó favorablemente a nuestros costos denominados en USD; esto se vio parcialmente compensado por el mayor costo de las materias primas. Los gastos de MSD&A crecieron un 32,3% consistentes con el mayor volumen y en línea con actividades de marketing en niveles previos de la pandemia, aunque como porcentaje de los Ingresos por ventas mejoraron 603 pb, debido a las iniciativas de control de gastos a través del programa ExCCelencia CCU. Así, el EBITDA alcanzó los CLP 57.935 millones, un aumento del 136,1% (25,9% frente al 2T19), y el margen de EBITDA mejoró 635 pb, pasando del 12,0% al 18,3%.

El Segmento de operación Negocios Internacionales, que incluye Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay, registró un aumento del 58,2% en los Ingresos por ventas, debido a un incremento del 39,1% en los precios promedio en CLP y un alza del 13,7% en los volúmenes (estable respecto al 2T19). El crecimiento del volumen fue impulsado principalmente por Argentina, aunque todos los demás países registraron un crecimiento positivo. La mejora de los precios promedio en CLP se explica por las iniciativas de gestión de ingresos y efectos positivos en mix en el portafolio, que más que compensaron los efectos negativos de conversión de monedas. Además, nuestros esfuerzos en materia de precios nos permitieron compensar los mayores costos denominados en USD por la depreciación del ARS frente al USD y el mayor costo de las materias primas, registrando una expansión del Margen bruto del 114,4% y, como porcentaje de los Ingresos por ventas, una mejora de 1.163 pb, del 32,7% al 44,3%. Los gastos de MSD&A como porcentaje de los Ingresos por ventas mejoraron en 1.461 pb debido a las eficiencias del programa ExCCelencia CCU. En conjunto, el EBITDA alcanzó una pérdida de CLP 2.223 millones, frente a una pérdida de CLP 11.831 millones el año pasado (una ganancia de CLP 617 millones en 2T19).

El Segmento de operación Vinos registró un aumento del 11,0% en los Ingresos por ventas, debido a una expansión del 7,4% en los volúmenes (14,3% frente al 2T19), y un crecimiento del 3,4% en los precios promedio. Los volúmenes fueron impulsados por los mercados domésticos y las exportaciones, ambos con un crecimiento de un dígito medio, con ganancias de participación de mercado en los mercados domésticos de Chile y Argentina. El aumento de los precios en CLP fue consecuencia principalmente de un mejor mix, que más que compensó la apreciación del CLP frente al USD y su impacto negativo en los ingresos de exportación. El Margen bruto aumentó un 6,5% y disminuyó 161 pb sobre los Ingresos por ventas, debido a un mayor costo del vino, reflejo de la cosecha de 2020. Los gastos de MSD&A como porcentaje de los Ingresos por ventas mejoraron en 123 pb, gracias a las eficiencias impulsadas por el programa ExCCelencia CCU. Dado lo anterior, el EBITDA alcanzó los CLP 10.809 millones, un aumento del 4,1% (39,1% frente al 2T19), mientras que el margen de EBITDA disminuyó del 17,8% al 16,7%.

En Colombia, donde tenemos un joint venture con Postobón, terminamos un primer semestre positivo, con una expansión de volumen superior al 40%, ganancias de participación de mercado y una mejora en nuestros resultados financieros. Específicamente, durante el segundo trimestre expandimos volúmenes por encima del 50%, con crecimientos en todas las principales marcas y categorías, destacando el desempeño en cerveza premium.

Durante el 2T21, ante un escenario aún desafiante derivado de la pandemia, CCU tuvo un sólido desempeño en volúmenes y resultados financieros, mejorando tanto respecto al año pasado como también respecto a cifras pre-pandemia (2019). De cara al futuro, continuaremos invirtiendo en los aspectos clave del negocio, con el fin de seguir ejecutando la estrategia que hemos estado llevando a cabo, que consiste en la construcción de marcas y portafolios fuertes, y mantener/ganar escala de negocios y participación de mercado, al mismo tiempo recuperando rentabilidad, esto último a través de iniciativas de gestión de ingresos y eficiencias, particularmente en un escenario inflacionario.

³ La variación del CLP contra otras monedas considera el promedio del período 2021 en comparación con el promedio del período 2020. (aop vs. aop, en sus siglas en inglés).

PRINCIPALES RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE (Tablas 1 y 3)

- **El Ingreso por ventas** aumentó un 47,6%, explicado por un incremento de 30,5% en los volúmenes consolidados junto a precios promedio 13,2% mayores en CLP. La expansión de los volúmenes fue impulsada por un aumento del 40,2% en el Segmento de operación Chile, del 13,7% en el Segmento de operación Negocios Internacionales y del 7,4% en el Segmento de operación Vinos, y fue resultado de la recuperación del consumo, de una sólida ejecución comercial y de la fortaleza de nuestro portafolio de marcas. Los mayores precios promedio en CLP se explicaron por: (i) un crecimiento de 10,1% en el Segmento de operación Chile, debido a un efecto mix positivo, basado principalmente en un sólido desempeño de las marcas premium en cerveza, y la implementación de iniciativas de gestión de ingresos, (ii) una expansión de 39,1% en el Segmento de operación Negocios Internacionales, explicada por iniciativas de gestión de ingresos y efectos mix positivos en el portafolio, que más que compensaron los efectos negativos de conversión de moneda, y (iii) un aumento de 3,4% en el Segmento de operación Vinos, principalmente como consecuencia de un mejor mix en el portafolio, que más que compensó la apreciación del CLP frente al USD y su impacto negativo en los ingresos de exportación.
- **El Costo de Venta** aumentó un 35,8%, debido a un aumento del 30,5% en los volúmenes y un incremento del 4,1% en el Costo de ventas por hectolitro. El Segmento de operación Chile reportó un crecimiento de 3,1% en el Costo de ventas por hectolitro, impulsado por efectos mix y mayores costos en materias primas, principalmente aluminio, PET y azúcar, parcialmente compensados por la apreciación del CLP frente al USD, afectando favorablemente nuestros costos denominados en USD. En el Segmento de operación Negocios Internacionales, el Costo de ventas por hectolitro aumentó un 15,0% en CLP, explicado principalmente por mayores costos vinculados al USD, en gran parte debido a la devaluación del 35,9%⁴ del ARS frente al USD, y un mayor costo en materias primas, principalmente aluminio. En el Segmento de operación Vinos, el Costo de ventas por hectolitro creció un 6,1%, reflejando principalmente un mayor costo del vino.
- **El Margen bruto** alcanzó CLP 220.428 millones, una expansión del 63,8% y, como porcentaje de los Ingresos por ventas creció 463 pb, de 42,3% a 46,9%, como consecuencia de los efectos descritos anteriormente.
- **Los gastos de MSD&A** crecieron en un 27,7%, consistentes con el mayor volumen y en línea con actividades de marketing en niveles previos de la pandemia, aunque como porcentaje de los Ingresos por ventas mejoraron 619 pb, debido a medidas de control de gastos a través del programa ExCCelencia CCU. La evolución por segmentos fue la siguiente: En el Segmento de operación Chile, los gastos de MSD&A crecieron un 32,3%, y como porcentaje del Ingreso por ventas disminuyeron 603 pb. En el Segmento de operación Negocios Internacionales, los gastos de MSD&A en CLP aumentaron un 24,7%, y como porcentaje del Ingreso por ventas disminuyeron 1.461 pb. En el Segmento de operación Vinos, los gastos de MSD&A aumentaron un 5,9%, y como porcentaje del Ingreso por ventas, mejoraron 123 pb.
- **El EBIT** alcanzó CLP 34.670 millones, versus una pérdida de CLP 7.457 millones en 2020, debido principalmente a mayores volúmenes, un alza en el Margen bruto, como porcentaje de los Ingresos por ventas, y eficiencias del programa ExCCelencia CCU.
- **El EBITDA** aumentó un 213,3%, impulsado por todos nuestros Segmentos de operación, de la siguiente manera: un aumento del 136,1% en el Segmento de operación Chile, un incremento de 81,2% en el Segmento de operación Negocios Internacionales, y una expansión del 4,1% en el Segmento de operación Vinos. Además, el margen EBITDA creció 693 pb, pasando de un 6,2% a 13,1%.
- **El Resultado no operacional** reportó una pérdida de CLP 4.140 millones, que se compara con una pérdida de CLP 240 millones el año pasado. Esta mayor pérdida se explica en su totalidad por un menor resultado de CLP 11.624 millones en Diferencia de cambio. Esto se vio parcialmente compensado por: (i) un mejor resultado en Otras ganancias/(pérdidas) por CLP 3.678 millones, explicado principalmente por los contratos forward suscritos para reducir el impacto de fluctuaciones del tipo de cambio en nuestros activos denominados en moneda extranjera, (ii) una menor pérdida en Gastos financieros netos por CLP 3.201 millones, debido a un mayor Efectivo y equivalentes de efectivo, y (iii) un mejor resultado en Utilidad de negocios conjuntos y asociadas por CLP 729 millones, debido a un mejor resultado financiero en Colombia y Austral.
- **El Impuesto a las ganancias** alcanzó CLP 7.973 millones, frente a una cifra positiva de CLP 4.058 millones el año pasado. Los mayores impuestos se explican en gran medida por una mayor utilidad antes de impuesto.
- **La Utilidad neta** totalizó una ganancia de CLP 18.968 millones, frente a una pérdida de CLP 3.257 millones, que se explica por las razones descritas anteriormente.

⁴ La variación del ARS contra otras monedas considera el valor cierre del período 2021 comparado con el cierre del período 2020. (eop vs. eop, en sus siglas en inglés)

PRINCIPALES RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL PRIMER SEMESTRE (Tablas 2 y 4)

- **El Ingreso por ventas** aumentó un 25,3%, explicado por un incremento de 14,4% en los volúmenes consolidados junto a precios promedio 9,5% mayores en CLP. La expansión de los volúmenes fue impulsada por un aumento del 17,2% en el Segmento de operación Chile, del 8,4% en el Segmento de operación Negocios Internacionales y del 11,5% en el Segmento de operación Vinos, y fue resultado de la recuperación del consumo, de una sólida ejecución comercial y de la fortaleza de nuestro portafolio de marcas. Los mayores precios promedio en CLP se explicaron por: (i) un crecimiento de 10,8% en el Segmento de operación Chile, debido a un efecto mix positivo, basado principalmente en un sólido desempeño de las marcas premium en cerveza, y la implementación de iniciativas de gestión de ingresos, (ii) una expansión de 9,9% en el Segmento de operación Negocios Internacionales, explicada por iniciativas de gestión de ingresos y efectos mix positivos en el portafolio, que más que compensaron los efectos negativos de conversión de moneda, y (iii) un aumento de 0,8% en el Segmento de operación Vinos, principalmente como consecuencia de un mejor mix en el portafolio, que más que compensó la apreciación del CLP frente al USD y su impacto negativo en los ingresos de exportación.
- **El Costo de Venta** aumentó un 20,1%, debido a un aumento del 14,4% en los volúmenes y un incremento del 5,0% en el Costo de ventas por hectolitro. El Segmento de operación Chile reportó un crecimiento de 7,8% en el Costo de ventas por hectolitro, impulsado por efectos mix y mayores costos en materias primas, principalmente aluminio, PET y azúcar, parcialmente compensados por la apreciación del CLP frente al USD, afectando favorablemente nuestros costos denominados en USD. En el Segmento de operación Negocios Internacionales, el Costo de ventas por hectolitro disminuyó un 1,6% en CLP, asociado con el efecto de conversión de moneda en Argentina, ya que en moneda local el Costo de ventas por hectolitro aumentó, explicado principalmente por mayores costos vinculados al USD, en gran parte debido a la devaluación del 35,9%⁴ del ARS frente al USD, y un mayor costo en materias primas, principalmente aluminio. En el Segmento de operación Vinos, el Costo de ventas por hectolitro creció un 5,3%, reflejando principalmente un mayor costo del vino.
- **El Margen bruto** alcanzó CLP 509.796 millones, una expansión del 31,3% y, como porcentaje de los Ingresos por ventas creció 222 pb, de 46,8% a 49,0%, como consecuencia de los efectos descritos anteriormente.
- **Los gastos de MSD&A** crecieron en un 11,3%, consistentes con el mayor volumen y en línea con actividades de marketing en niveles previos de la pandemia, aunque como porcentaje de los Ingresos por ventas mejoraron 458 pb, debido a medidas de control de gastos a través del programa ExCCelencia CCU en todos nuestros segmentos de operación. La evolución por segmentos fue la siguiente: En el Segmento de operación Chile, los gastos de MSD&A crecieron un 13,0%, y como porcentaje del Ingreso por ventas disminuyeron 497 pb. En el Segmento de operación Negocios Internacionales, los gastos de MSD&A en CLP aumentaron un 7,8%, y como porcentaje del Ingreso por ventas disminuyeron 508 pb. En el Segmento de operación Vinos, los gastos de MSD&A aumentaron un 3,6%, y como porcentaje del Ingreso por ventas, mejoraron 223 pb.
- **El EBIT** alcanzó CLP 134.419 millones, una expansión de 144,5%, debido principalmente a mayores volúmenes, un alza en el Margen bruto, como porcentaje de los Ingresos por ventas, y eficiencias del programa ExCCelencia CCU.
- **El EBITDA** alcanzó CLP 188.123 millones, un alza de 70,4%, impulsado por todos nuestros Segmentos de operación, de la siguiente manera: un aumento del 64,5% en el Segmento de operación Chile, un incremento de 856,6% en el Segmento de operación Negocios Internacionales, y una expansión del 4,8% en el Segmento de operación Vinos. Además, el margen EBITDA creció 479 pb, pasando de un 13,3% a 18,1%.
- **El Resultado no operacional** reportó una pérdida de CLP 10.912 millones, que se compara con una pérdida de CLP 6.424 millones el año pasado. Esta mayor pérdida se explica por: (i) un menor resultado de CLP 9.122 millones en diferencias de cambio, (ii) una mayor pérdida en Otras ganancias/(pérdidas) por CLP 4.751 millones, explicado principalmente por los contratos forward suscritos para reducir el impacto de fluctuaciones del tipo de cambio en nuestros activos denominados en moneda extranjera. Estos efectos se vieron parcialmente compensados por: (i) un mejor resultado en Gastos financieros netos por CLP 4.043 millones, debido a un mayor Efectivo y equivalentes de efectivo, (ii) una menor pérdida en Utilidad de negocios conjuntos y asociadas por CLP 2.958 millones, debido a un mejor resultado financiero en Colombia y Austral, y (iii) un mejor resultado de CLP 2.383 millones en Resultados por unidades de reajuste, explicado principalmente por Argentina.
- **El Impuesto a las ganancias** alcanzó CLP 31.505 millones, un aumento de 93,5%, explicado principalmente por una mayor utilidad antes de impuestos.
- **La Utilidad neta** totalizó una ganancia de CLP 83.352 millones, un alza de 187,6%, explicado por las razones descritas anteriormente.

SEGMENTO DE OPERACIÓN CHILE

En el Segmento de operación Chile, los Ingresos por ventas se expandieron en un 54,3%, debido a un crecimiento del 40,2% en volúmenes (21,3% versus el 2T19), impulsado por todas las principales categorías, y un 10,1% de aumento en los precios promedio. Los precios promedio más altos, se asociaron tanto a efectos positivos de mix, basados principalmente en un sólido desempeño de las marcas de cerveza premium, como a iniciativas de gestión de ingresos. El Margen bruto creció un 65,7% y como porcentaje de los ingresos por venta aumentó 343 pb, del 46,1% al 49,5%, principalmente como resultado de la expansión de los ingresos, mencionada anteriormente, eficiencias en la fabricación y un efecto externo neto positivo de la apreciación del CLP frente al USD, que afectó favorablemente a nuestros costos denominados en USD; esto se vio parcialmente compensado por el mayor costo de las materias primas. Los gastos de MSD&A crecieron un 32,3% consistentes con el mayor volumen y en línea con actividades de marketing en niveles previos de la pandemia, aunque como porcentaje de los Ingresos por ventas mejoraron 603 pb, debido a las iniciativas de control de gastos a través del programa ExCCelencia CCU. Con todo, el EBITDA alcanzó los CLP 57.935 millones, un aumento del 136,1% (25,9% frente al 2T19), y el margen de EBITDA mejoró 635 pb, pasando del 12,0% al 18,3%.

En cuanto a las marcas, en la categoría de cervezas lanzamos Royal Guard Dark Malt, continuando con la expansión de la variedad de esta marca y de nuestro portafolio de cervezas premium. Además, incorporamos Cristal La Roja, una lager roja inspirada en los colores de nuestra selección nacional de fútbol. En la categoría de no alcohólicas, durante el trimestre introdujimos Watt's Mango 0%, un néctar sin azúcar añadida que seguirá ampliando nuestro portafolio en esta categoría.

En cuanto a las iniciativas de sustentabilidad, a través de nuestra marca de cerveza Cristal lanzamos la campaña "ponle el hombro" para incentivar la vacunación, regalando diez mil entradas para ver a nuestra selección nacional de fútbol y diez mil packs de Cristal La Roja. Adicionalmente, como lo hemos hecho desde el inicio de la pandemia, continuamos donando Alcohol Gel CCU y protectores faciales a diferentes instituciones. En adición, CCU fue distinguida con el primer lugar en el sector de bebidas como una de las empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo de Chile en 2020, en el ranking elaborado por la firma española Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, MERCOR. Finalmente, fuimos seleccionados una vez más, desde 2016, como miembros del FTSE4Good Index, por nuestro desempeño e iniciativas en el ámbito de la Sustentabilidad.

SEGMENTO DE OPERACIÓN NEGOCIOS INTERNACIONALES

El Segmento de operación Negocios Internacionales, que incluye Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay, registró un aumento del 58,2% en los Ingresos por ventas, debido a un incremento del 39,1% en los precios promedio en CLP y un alza del 13,7% en los volúmenes (estable respecto al 2T19). El crecimiento del volumen fue impulsado principalmente por Argentina, aunque todos los demás países registraron un crecimiento positivo. La mejora de los precios promedio en CLP se explica por las iniciativas de gestión de ingresos y efectos positivos en mix en el portafolio, que más que compensaron los efectos negativos de conversión de monedas. Además, nuestros esfuerzos en materia de precios nos permitieron compensar los mayores costos denominados en USD por la depreciación del ARS frente al USD y el mayor costo de las materias primas, registrando una expansión del Margen bruto del 114,4% y, como porcentaje de los Ingresos por ventas, una mejora de 1.163 pb, del 32,7% al 44,3%. Los gastos de MSD&A como porcentaje de los Ingresos por ventas mejoraron en 1.461 pb debido a las eficiencias del programa ExCCelencia CCU. En conjunto, el EBITDA alcanzó una pérdida de CLP 2.223 millones, frente a una pérdida de CLP 11.831 millones el año pasado (una ganancia de CLP 617 millones en 2T19).

En cuanto a las marcas, en Argentina lanzamos la cerveza Salta Fe Pilsen, en Uruguay introdujimos la cerveza Imperial en formato lata de 710cc, aumentando las ocasiones de consumo de cerveza en este país, y en Paraguay presentamos un nuevo formato individual para Pulp. En cuanto a las actividades de marketing, en Argentina la marca de sidra 1888 se convirtió en patrocinadora del tenis, mientras que en Uruguay nuestra marca Nativa comprometió su apoyo para potenciar la participación de las mujeres en el fútbol.

SEGMENTO DE OPERACIÓN VINOS

El Segmento de operación Vinos registró un aumento del 11,0% en los Ingresos por ventas, debido a una expansión del 7,4% en los volúmenes (14,3% frente al 2T19), y un crecimiento del 3,4% en los precios promedio. Los volúmenes fueron impulsados por los mercados domésticos y las exportaciones, ambos con un crecimiento de un dígito medio, con ganancias de participación de mercado en los mercados domésticos de Chile y Argentina. El aumento de los precios en CLP fue consecuencia principalmente de un mejor mix, que más que compensó la apreciación del CLP frente al USD y su impacto negativo en los ingresos de exportación. El Margen bruto aumentó un 6,5% y disminuyó 161 pb, sobre los Ingresos por ventas debido a un mayor costo del vino, reflejo de la cosecha de 2020. Los gastos de MSD&A como porcentaje de los Ingresos por ventas mejoraron en 123 pb, gracias a las eficiencias impulsadas por el programa ExCCelencia CCU. Con todo, el EBITDA alcanzó los CLP 10.809 millones, un aumento del 4,1% (39,1% frente al 2T19), mientras que el margen de EBITDA disminuyó del 17,8% al 16,7%.

En cuanto a marcas, lanzamos Gato Selección Dulce, elaborado con una combinación de uvas tintas con solo 9° de alcohol. Además, en el segmento premium, nuestra marca 1865 incorporó Old vines, un vino elaborado con parras con más de 70 años.

INFORMACIÓN ADICIONAL Y TABLAS

DESCRIPCIÓN DE CCU

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

OFICINA CORPORATIVA

Vitacura 2670, 26th floor
Santiago
Chile

NEMOTÉCNICO ACCIÓN

Bolsa de Comercio de Santiago: CCU
NYSE: CCU

INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD

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

GLOSARIO

Segmentos de operación

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

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

REPORTE DE RESULTADOS

ARS

Peso argentino.

CLP

Peso chileno.

Costo de venta

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

Deuda Financiera Neta

La Deuda Financiera Total menos Efectivo y equivalentes de efectivo.

Deuda Financiera Neta / EBITDA

Cálculo basado en el EBITDA de los últimos doce meses.

EBIT

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

EBITDA

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

Ítems Excepcionales (IE)

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

Margen bruto

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

MSD&A

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

Ratio de Liquidez

Total activos corrientes / Total pasivos corrientes.

UF

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

Utilidad neta

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

Utilidad por acción

Utilidad del ejercicio dividida por el número total de acciones.

USD

Dólar estadounidense.

REPORTE DE RESULTADOS

Tabla 1: Estado de Resultados consolidado (Segundo trimestre 2021)

Segundo Trimestre	2021	2020	Variación %	
	(Millones de CLP)		21/20	21/19
Ingresos por ventas	469.995	318.376	47,6	24,5
Costo de Venta	(249.567)	(183.809)	35,8	25,0
% de Ingresos	53,1	57,7	(463) pb	20 pb
Margen Bruto	220.428	134.567	63,8	24,0
% de Ingresos	46,9	42,3	463 pb	(20) pb
MSD&A	(185.974)	(145.673)	27,7	17,5
% de Ingresos	39,6	45,8	(619) pb	(236) pb
Otros ingresos (gastos) de operación	216	3.649	(94,1)	(95,8)
EBIT	34.670	(7.457)	564,9	40,2
% de Ingresos	7,4	(2,3)	972 pb	82 pb
Gastos Financieros netos	(3.477)	(6.678)	(47,9)	176,4
Utilidad de negocios conjuntos y asociadas	(1.752)	(2.482)	(29,4)	(74,0)
Diferencia de cambio	(1.379)	10.245	(113,5)	(250,6)
Resultado por unidades de reajuste	730	613	19,0	119,9
Otras ganancias / (pérdidas)	1.739	(1.939)	189,7	(50,2)
Resultado no operacional	(4.140)	(240)	1.621,4	(43,1)
Utilidad antes de impuestos	30.530	(7.698)	496,6	74,9
Impuestos a las ganancias	(7.973)	4.058	(296,5)	(320,1)
Utilidad del período	22.556	(3.639)	719,8	7,0
Utilidad del período atribuible a:				
Propietarios de la controladora	18.968	(3.257)	682,4	5,1
Participaciones no controladoras	(3.589)	383	(1.038,0)	18,0
EBITDA	61.576	19.654	213,3	18,7
% de Ingresos	13,1	6,2	693 pb	(65) pb

INFORMACIÓN ADICIONAL				
Número de Acciones	369.502.872	369.502.872		
Acciones por ADR	2	2		
Utilidad por acción (CLP)	51,3	(8,8)	682,4	5,1
Utilidad por ADR (CLP)	102,7	(17,6)	682,4	5,1
Depreciación	26.906	27.111	0,8	0,9
CAPEX	40.750	29.520	38,0	14,4

REPORTE DE RESULTADOS

Tabla 2: Estado de Resultados consolidado (Seis meses al 30 de junio de 2021)

Acumulado a Junio	2021	2020	Variación %	
	(Millones de CLP)		21/20	21/19
Ingresos por ventas	1.039.634	829.609	25,3	21,7
Costo de Venta	(529.838)	(441.248)	20,1	22,9
% de Ingresos	51,0	53,2	(222) pb	51 pb
Margen Bruto	509.796	388.361	31,3	20,5
% de Ingresos	49,0	46,8	222 pb	(51) pb
MSD&A	(379.938)	(341.214)	11,3	14,2
% de Ingresos	36,5	41,1	(458) pb	(240) pb
Otros ingresos (gastos) de operación	4.560	7.835	(41,8)	(54,7)
EBIT	134.419	54.981	144,5	33,6
% de Ingresos	12,9	6,6	630 pb	115 pb
Gastos Financieros netos	(7.292)	(11.336)	(35,7)	482,1
Utilidad de negocios conjuntos y asociadas	(2.349)	(5.307)	(55,7)	(77,2)
Diferencia de cambio	(2.766)	6.355	(143,5)	(316,9)
Resultado por unidades de reajuste	798	(1.586)	150,3	117,7
Otras ganancias / (pérdidas)	698	5.449	(87,2)	(73,3)
Resultado no operacional	(10.912)	(6.424)	69,9	(10,5)
Utilidad antes de impuestos	123.507	48.557	154,4	39,7
Impuestos a las ganancias	(31.505)	(16.280)	93,5	110,8
Utilidad del período	92.002	32.277	185,0	25,2
Utilidad del período atribuible a:				
Propietarios de la controladora	83.352	28.978	187,6	25,2
Participaciones no controladoras	(8.650)	(3.299)	162,2	24,7
EBITDA	188.123	110.384	70,4	23,5
% de Ingresos	18,1	13,3	479 pb	27 pb
INFORMACIÓN ADICIONAL				
Número de Acciones	369.502.872	369.502.872		
Acciones por ADR	2	2		
Utilidad por acción (CLP)	225,6	78,4	187,6	25,2
Utilidad por ADR (CLP)	451,2	156,8	187,6	25,2
Depreciación	53.704	55.402	(3,1)	3,9
CAPEX	70.851	67.302	5,3	14,5

REPORTE DE RESULTADOS



Tabla 3: Información por segmentos (Segundo trimestre 2021)

Segundo Trimestre (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera)	1. Segmento de operación Chile				2. Segmento de operación Negocios Internacionales				3. Segmento de operación Vinos			
	2021	2020	A/A %		2021	2020	A/A %		2021	2020	A/A %	
			21/20	21/19			21/20	21/19			21/20	21/19
Volúmenes	4.752	3.390	40,2	21,3	1.629	1.433	13,7	0,0	413	385	7,4	14,3
Ingresos por ventas	316.436	205.118	54,3	34,4	95.900	60.638	58,2	3,6	64.782	58.365	11,0	19,5
Ingresos (CLP/HL)	66.585	60.500	10,1	10,8	58.866	42.329	39,1	3,5	156.739	151.621	3,4	4,6
Costo de ventas	(159.663)	(110.531)	44,5	39,7	(53.395)	(40.816)	30,8	0,8	(40.240)	(35.314)	13,9	16,2
% de Ingresos	50,5	53,9	(343) pb	191 pb	55,7	67,3	(1.163) pb	(150) pb	62,1	60,5	161 pb	(177) pb
Margen bruto	156.773	94.587	65,7	29,4	42.505	19.822	114,4	7,2	24.542	23.051	6,5	25,4
% de Ingresos	49,5	46,1	343 pb	(191) pb	44,3	32,7	1.163 pb	150 pb	37,9	39,5	(161) pb	177 pb
MSD&A	(115.166)	(87.024)	32,3	25,5	(52.162)	(41.842)	24,7	1,8	(16.556)	(15.633)	5,9	15,6
% de Ingresos	36,4	42,4	(603) pb	(259) pb	54,4	69,0	(1.461) pb	(91) pb	25,6	26,8	(123) pb	(88) pb
Otros ingresos (gastos) de operación	85	129	(34,4)	(59,6)	59	3.395	(98,3)	(98,8)	38	91	(57,8)	(70,8)
EBIT	41.692	7.693	441,9	41,0	(9.598)	(18.624)	(48,5)	41,1	8.024	7.508	6,9	49,2
Margen EBIT	13,2	3,8	942 pb	62 pb	(10,0)	(30,7)	2.071 pb	(266) pb	12,4	12,9	(48) pb	246 pb
EBITDA	57.935	24.537	136,1	25,9	(2.223)	(11.831)	(81,2)	(460,5)	10.809	10.384	4,1	39,1
Margen EBITDA	18,3	12,0	635 pb	(124) pb	(2,3)	(19,5)	1.719 pb	(298) pb	16,7	17,8	(111) pb	235 pb

Segundo Trimestre (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera)	4. Otros/Eliminaciones				Total			
	2021	2020	A/A %		2021	2020	A/A %	
			21/20	21/19			21/20	21/19
Volúmenes	(36)	(27)	33,1	98,4	6.759	5.181	30,5	14,8
Ingresos por ventas	(7.123)	(5.745)	24,0	46,2	469.995	318.376	47,6	24,5
Ingresos (CLP/HL)					69.539	61.454	13,2	8,5
Costo de ventas	3.730	2.851	30,8	64,2	(249.567)	(183.809)	35,8	25,0
% de Ingresos					53,1	57,7	(463) pb	20 pb
Margen bruto	(3.392)	(2.894)	17,2	30,5	220.428	134.567	63,8	24,0
% de Ingresos					46,9	42,3	463 pb	(20) pb
MSD&A	(2.091)	(1.174)	78,0	133,2	(185.974)	(145.673)	27,7	17,5
% de Ingresos					39,6	45,8	(619) pb	(236) pb
Otros ingresos (gastos) de operación	34	34	1,1	(62,0)	216	3.649	(94,1)	(95,8)
EBIT	(5.449)	(4.035)	35,1	60,0	34.670	(7.457)	564,9	40,2
Margen EBIT					7,4	(2,3)	972 pb	82 pb
EBITDA	(4.945)	(3.435)	43,9	95,1	61.576	19.654	213,3	18,7
Margen EBITDA					13,1	6,2	693 pb	(65) pb

REPORTE DE RESULTADOS



Tabla 4: Información por segmentos (Seis meses al 30 de junio de 2021)

Acumulado (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera)	1. Segmento de operación Chile				2. Segmento de operación Negocios Internacionales				3. Segmento de operación Vinos			
	2021	2020	A/A %		2021	2020	A/A %		2021	2020	A/A %	
			21/20	21/19			21/20	21/19			21/20	21/19
Volúmenes	11.001	9.388	17,2	17,7	4.091	3.774	8,4	2,0	766	687	11,5	16,8
Ingresos por ventas	709.656	546.487	29,9	29,1	220.562	185.180	19,1	3,2	121.185	107.877	12,3	22,6
Ingresos (CLP/HL)	64.506	58.214	10,8	9,7	53.915	49.070	9,9	1,2	158.204	156.998	0,8	4,9
Costo de ventas	(345.734)	(273.758)	26,3	35,5	(116.618)	(109.292)	6,7	1,2	(74.022)	(63.085)	17,3	15,6
% de Ingresos	48,7	50,1	(138) pb	230 pb	52,9	59,0	(615) pb	(104) pb	61,1	58,5	260 pb	(371) pb
Margen bruto	363.922	272.729	33,4	23,6	103.943	75.888	37,0	5,5	47.163	44.792	5,3	35,5
% de Ingresos	51,3	49,9	138 pb	(230) pb	47,1	41,0	615 pb	104 pb	38,9	41,5	(260) pb	371 pb
MSD&A	(235.654)	(208.607)	13,0	16,4	(107.105)	(99.335)	7,8	4,1	(31.948)	(30.847)	3,6	19,5
% de Ingresos	33,2	38,2	(497) pb	(364) pb	48,6	53,6	(508) pb	44 pb	26,4	28,6	(223) pb	(69) pb
Otros ingresos (gastos) de operación	527	521	1,3	(21,9)	3.784	6.819	(44,5)	(56,5)	200	410	(51,3)	11,3
EBIT	128.795	64.642	99,2	39,0	623	(16.629)	103,7	85,7	15.415	14.355	7,4	86,9
Margen EBIT	18,1	11,8	632 pb	129 pb	0,3	(9,0)	926 pb	(175) pb	12,7	13,3	(59) pb	438 pb
EBITDA	161.881	98.385	64,5	30,1	14.483	(1.914)	856,6	19,7	20.989	20.023	4,8	63,1
Margen EBITDA	22,8	18,0	481 pb	16 pb	6,6	(1,0)	760 pb	(187) pb	17,3	18,6	(124) pb	431 pb

Acumulado (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera)	4. Otros/Eliminaciones				Total			
	2021	2020	A/A %		2021	2020	A/A %	
			21/20	21/19			21/20	21/19
Volúmenes	(58)	(37)	54,5	185,7	15.801	13.811	14,4	12,9
Ingresos por ventas	(11.769)	(9.935)	18,5	47,3	1.039.634	829.609	25,3	21,7
Ingresos (CLP/HL)					65.797	60.068	9,5	7,8
Costo de ventas	6.536	4.887	33,7	91,8	(529.838)	(441.248)	20,1	22,9
% de Ingresos					51,0	53,2	(222) pb	51 pb
Margen bruto	(5.232)	(5.048)	3,7	14,2	509.796	388.361	31,3	20,5
% de Ingresos					49,0	46,8	222 pb	(51) pb
MSD&A	(5.231)	(2.425)	115,7	832,5	(379.938)	(341.214)	11,3	14,2
% de Ingresos					36,5	41,1	(458) pb	(240) pb
Otros ingresos (gastos) de operación	49	85	(42,5)	(90,6)	4.560	7.835	(41,8)	(54,7)
EBIT	(10.414)	(7.388)	41,0	125,2	134.419	54.981	144,5	33,6
Margen EBIT					12,9	6,6	630 pb	115 pb
EBITDA	(9.229)	(6.111)	51,0	200,4	188.123	110.384	70,4	23,5
Margen EBITDA					18,1	13,3	479 pb	27 pb

REPORTE DE RESULTADOS

Tabla 5: Balance

	Al 30 de junio	Al 31 de diciembre
	2021	2020
MM CLP		
ACTIVOS		
Efectivo y equivalentes al efectivo	374.995	396.389
Otros activos corrientes	575.628	563.617
Total activos corrientes	950.623	960.006
Propiedades, plantas y equipos (neto)	1.125.851	1.082.516
Otros activos no corrientes	475.963	482.815
Total activos no corrientes	1.601.814	1.565.330
Total activos	2.552.438	2.525.337
PASIVOS		
Deuda financiera corriente	93.054	74.064
Otros pasivos	470.275	447.460
Total pasivos corrientes	563.329	521.524
Deuda financiera no corriente	395.157	440.077
Otros pasivos no corrientes	154.266	154.917
Total pasivos no corrientes	549.423	594.994
Total pasivos	1.112.752	1.116.518
PATRIMONIO		
Capital emitido	562.693	562.693
Otras reservas	(175.762)	(187.924)
Resultados acumulados	939.443	921.805
Subtotal patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	1.326.374	1.296.574
Participaciones no controladoras	113.311	112.244
Total patrimonio	1.439.686	1.408.819
Total pasivos y patrimonio	2.552.438	2.525.337
<u>INFORMACIÓN FINANCIERA ADICIONAL</u>		
Deuda Financiera Total	488.211	514.141
Deuda Financiero Neta	113.216	117.752
Razón de liquidez	1,69	1,84
Deuda Financiera Total / Capitalización	0,25	0,27
Deuda Financiera Neta / EBITDA	0,30	0,40