

# PROSPECTO DE EMISIÓN DE ACCIONES

## COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS S.A. INSCRIPCIÓN REGISTRO DE VALORES N° 0007

### 1. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1 Intermediarios participantes en la elaboración del prospecto: J.P. Morgan Corredores de Bolsa SpA, LarrainVial S.A. Corredora de Bolsa y Banchile Corredores de Bolsa S.A.
- 1.2 Leyenda de responsabilidad: LA SUPERINTENDENCIA DE VALORES Y SEGUROS NO SE PRONUNCIA SOBRE LA CALIDAD DE LOS VALORES OFRECIDOS COMO INVERSIÓN. LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE PROSPECTO ES DE RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL EMISOR Y DEL O DE LOS INTERMEDIARIOS QUE HAN PARTICIPADO EN SU ELABORACIÓN.
- 1.3 Mercado en que serán transadas las acciones: Las acciones se transarán en el mercado general.

### 2. IDENTIFICACIÓN DEL EMISOR Y LA EMISIÓN

- 2.1 Fecha del prospecto: Agosto de 2013.
- 2.2 Identificación:
- (a) Nombre o razón social: Compañía Cervecerías Unidas S.A. (en adelante “CCU”, la “Compañía” o la “Sociedad”).
  - (b) Nombre de fantasía: “C.C.U.” y/o “CCU” para efectos comerciales y de propaganda.
  - (c) RUT: 90.413.000-1.
  - (d) Dirección oficina principal: Avenida Vitacura N° 2670, piso 23, Las Condes, Santiago.
  - (e) Teléfono: (562) 24273000.
  - (f) Fax: (562) 24273222.
  - (g) Correo electrónico: investor@ccuinvestor.com.
  - (h) Página web: [www.ccu.cl](http://www.ccu.cl) y [www.ccuinvestor.com](http://www.ccuinvestor.com)
- 2.3 Número y fecha de la inscripción de la emisión: N° 980 del 23 de julio de 2013.

### 3. ANTECEDENTES GENERALES DE LA SOCIEDAD

Compañía Cervecerías Unidas S.A es una empresa diversificada de bebidas, con operaciones principalmente en Chile, Argentina y Uruguay. CCU es el mayor cervecero chileno, el segundo cervecero en Argentina, el segundo mayor productor de gaseosas en Chile, el segundo mayor productor de vinos en Chile, el mayor embotellador de agua mineral y néctares en Chile y uno de los mayores fabricantes de pisco en Chile. También participa en el negocio de Home and Office Delivery (“HOD”), un negocio de entrega a domicilio de agua purificada en botellones mediante el uso de dispensadores, en la industria del ron y en los confites en Chile. Participa en la industria de las sidras, licores y vinos en Argentina y también participa en la industria de aguas minerales y gaseosas en Uruguay.

En Chile y el extranjero, CCU y sus filiales son titulares de diversas marcas registradas, bajo las cuales comercializan sus productos. En el mercado nacional, su portafolio de marcas en el rubro de cervezas está integrado entre otras por Cristal, Cristal Light, Cristal Cer0°0, Escudo, Kunstmann, Austral, Dolbeck, Royal Guard, Royal Light, Morenita, Dorada y Lemon Stones. Es titular de

licencia exclusiva para producir y comercializar Heineken. En cuanto a la cerveza Budweiser, en Chile la Compañía es el distribuidor exclusivo en Chile.

En Argentina, CCU produce cervezas en sus plantas ubicadas en las ciudades de Salta, Santa Fe y Luján. Sus principales marcas son Schneider, Santa Fe, Salta, Córdoba, Imperial, Bieckert y Palermo, y es titular de contratos de licencia exclusiva para la producción y comercialización de Budweiser, Heineken, Amstel y Otro Mundo. Asimismo, CCU importa las marcas Birra Moretti, Corona, Guinness, Negra Modelo y Kunstmann. Del mismo modo, exporta cerveza a diversos países, principalmente bajo las marcas Schneider, Heineken y Budweiser. Adicionalmente, CCU participa en el negocio de la sidra, teniendo el control de Sáenz Briones y de Sidra La Victoria. Asimismo, participa en el negocio de licores, los que se comercializan bajo la marca El Abuelo.

En Uruguay, CCU participa del negocio de aguas minerales con la marca Nativa y en gaseosas con la marca Nix. Adicionalmente comercializa la marca importada de cerveza Heineken.

Dentro del segmento de no alcohólicos en Chile, CCU cuenta con las marcas Bilz, Bilz Light, Pap, Pap Light, Kem, Kem Xtreme, Kem Xtreme Girl, Nobis, Cachantun, Cachantun Light, Cachantun Más y Porvenir. En cuanto a la categoría HOD, CCU cuenta con la marca Manantial. La Compañía, directamente o a través de sus filiales, tiene contratos de licencia respecto de las marcas y productos Pepsi, Crush, Canada Dry Limón Soda, Ginger Ale y Agua Tónica, Gatorade, Sobe Adrenaline Rush, Lipton Ice Tea, Nestlé Pure Life, Perrier y Watt's.

En el segmento de licores en Chile, en la categoría del pisco, CCU posee las marcas Mistral, Ruta, Control, La Serena, Campanario y sus respectivas extensiones; Tres Erres y Horcón Quemado. Adicionalmente, tiene la licencia exclusiva para producir y comercializar en Chile pisco bajo la marca Bauzá. En la categoría de ron, la Compañía cuenta con las marcas Sierra Morena y sus extensiones y Cabo Viejo. En la categoría de licores, cuenta con las marcas Fehrenberg y es distribuidor exclusivo en Chile de los productos Pernod Ricard en el canal tradicional.

En el segmento vinos, CCU a través de su filial Viña San Pedro Tarapacá S.A. (“VSPT”) elabora vinos y espumantes, los cuales se comercializan en el mercado nacional y extranjero exportando a más de 80 países. Sus principales marcas son Cabo de Hornos, Tierras Moradas, “1865”, Castillo de Molina, Kankana del Elqui, 35 Sur, Gato, Gato Negro, Las Encinas, Urmeneta, Manquehuito, Altair, Sideral, Supremo, La Celia, La Consulta, Leyda, el portafolio de Viña Santa Helena S.A. 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 Santa Helena Reserva, Parras Viejas, Siglo de Oro y Gran Vino. El portafolio de marcas adquiridos vía fusión por absorción de Viña Tarapacá ex Zavala S.A., incluye: Gran Tarapacá, Tarapacá Reserva, León de Tarapacá, Tarapacá Plus, Tara Pakay, Etiqueta Negra, Gran Reserva, Zavala, Misiones de Rengo, Viña Mar, Casa Rivas y Tamarí, entre otros.

En el negocio de los snacks dulces en Chile, los diversos productos se elaboran bajo las marcas Calaf, comprendiendo entre ellas la marca Duetto y otras bajo las cuales se elaboran algunas líneas de galletas. Adicionalmente, la Compañía posee otras marcas específicas de cada producto. La sociedad coligada Foods Compañía de Alimentos CCU S.A. (“Foods”) es también dueña de la marca Natur y participa de la marca Nutrabien.

### 3.1 Historia y actividades y negocios:

CCU se remonta a 1850, cuando don Joaquín Plagemann funda en Valparaíso la primera fábrica de cervezas en Chile. En los siguientes años proliferaron los establecimientos productivos y es así como, cuando se realizó el primer censo industrial del país en 1884, se contaron 80 fábricas de cerveza. En 1889 se fusionó la cervecera de don Joaquín Plagemann con la cervecería Hoffmann y Ribbeck en Limache, dando origen a la Fábrica Nacional de Cerveza.

En enero de 1902, Fábrica Nacional de Cervezas se constituyó en una sociedad anónima dando origen a la actual Compañía Cervecerías Unidas S.A. CCU se convirtió en 1916 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. Ese año, CCU ingresó al negocio de las bebidas gaseosas con Bilz, luego de la incorporación de Ebner, empresa que introdujo dicha marca al mercado nacional en 1905.

Durante los años siguientes, CCU prosiguió con la adquisición de varias compañías cerveceras. En 1924 compró las cerveceras de Concepción y Talca; en el año 1927 adquirió la cervecera de Mitrovich Hermanos en Antofagasta; en el año 1933, compró la cervecera de la sucesión de Jorge Aubel en Osorno; y en el año 1950, adquirió en La Serena la cervecera de la sociedad Floto y Cía.

En el año 1960, la Compañía amplió su gama de productos con la entrada al negocio del agua mineral luego de la adquisición de Cachantun, marca líder en el mercado del agua mineral. En 1979, CCU creó la actual Fábrica de Envases Plásticos S.A. (“PLASCO”) para la producción de cajas plásticas, ampliando en el año 1989 su gama de productos con la fabricación de botellas plásticas.

En 1986, el grupo Luksic, a través de Quiñenco S.A., y el grupo alemán Schörghuber, a través de Paulaner-Salvator AG, formaron en partes iguales la empresa Inversiones y Rentas S.A. (“IRSA”), la cual adquirió el 64,3% de CCU.

CCU fue la segunda empresa chilena y la tercera latinoamericana en colocar ADRs en el mercado norteamericano, luego del aumento de capital realizado en septiembre de 1992.

En 1994, CCU diversificó sus operaciones, ingresando al negocio del vino a través de la adquisición del 48,4% de Viña San Pedro S.A. (“VSP”), hoy VSPT la segunda viña más grande de Chile.

Ese mismo año, la Compañía creó 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.

También en el año 1994, ECUSA suscribió un contrato con Schweppes Holdings Limited, para el embotellamiento de las marcas Crush y Canada Dry en Chile, el cual fue renovado durante el año 2000.

En 1995, CCU continuó con su proceso de internacionalización, ingresando al mercado cervecero argentino a través de la adquisición de dos cervecerías regionales: Compañía Industrial Cervecería S.A. de Salta y Cervecería Santa Fe S.A. Ese mismo año y como parte de la estrategia para entrar al mercado argentino, CCU se asoció con Anheuser-Busch para producir y comercializar Budweiser en Argentina.

En 1998, CCU aumentó su presencia en Argentina con la adquisición de las marcas y activos de Cervecería Córdoba.

En 1999, a través de una de sus filiales, CCU adquirió directa e indirectamente el 99,94% de ECUSA, su filial productora de gaseosas y agua mineral, la cual relanzó la línea de néctares Watt’s con nuevos empaques y sabores.

Durante el año 2000, CCU adquirió el 50% de Cervecería Austral S.A., mediante un acuerdo con Malterías Unidas S.A. para producir, vender y distribuir conjuntamente cerveza Austral en Chile y en el sur de Argentina. Asimismo, VSP comenzó su proceso de internacionalización, al adquirir Finca La Celia S.A. en Mendoza, Argentina, para exportar vino argentino a través de su red internacional de distribución.

Desde el año 2001, Transportes CCU Limitada (“Transportes CCU”) realiza la distribución, y manejo de bodegas de todos los productos de la Compañía a la largo del país.

El año 2002, CCU adquirió el 50% de Compañía Cervecería Kunstmann S.A., una microcervecera ubicada en Valdivia, potenciando su posición en el segmento Premium. Durante el año 2006, se compró una participación adicional que permitió consolidar los resultados de dicha sociedad.

El año 2003, CCU ingresó al negocio del pisco con la marca Ruta Norte, creando Pisonor S.A.

Ese mismo año, Heineken N.V., el segundo mayor cervecero a nivel mundial, ingresó a la propiedad de CCU a través de la adquisición al grupo Schörghuber de sus derechos en Finance Holding Internacional (“FHI”), dueño del 50% de IRSA (accionista controlador de CCU). Como parte del acuerdo que permitió el ingreso de Heineken N.V. a la propiedad de CCU, la Compañía comenzó a producir y comercializar la cerveza premium Heineken Lager tanto en Chile como en Argentina. En la actualidad, IRSA controla directa e indirectamente un 66,11% de la propiedad de CCU.

En enero del año 2004, CCU ingresa al negocio de los productos listos para su consumo con la adquisición del negocio de Calaf, tradicional fábrica de confites, galletas y chocolates. Esta transacción la realiza ECUSA en conjunto con Industria Nacional de Alimentos S.A., una filial de Quiñenco S.A.

En el año 2005, CCU se asocia con Cooperativa Agrícola Control Pisquero de Elqui y Limarí Limitada (“Control”) para formar Compañía Pisquera de Chile S.A. (“CPCh”).

Ese mismo año, Calaf (hoy Foods) adquiere la fábrica de galletas Bortolaso, para participar en forma más activa en este segmento de negocio.

En el mes de marzo del año 2006 se firma un nuevo contrato de licencia para Pepsi, en virtud del cual ECUSA es el embotellador exclusivo de los productos Pepsi en Chile hasta el año 2020. Este nuevo contrato, junto con permitir el desarrollo de nuevos productos, es la concreción de una alianza de largo plazo entre CCU y PepsiCo. Adicionalmente, se comienza la producción local de Gatorade. En diciembre de 2006, Watt’s S.A. y ECUSA, entre otras, suscribieron un acuerdo de asociación que contempla la participación igualitaria en la propiedad de Promarca S.A., dueña de las marcas Watts, Yogu Yogu y Shake a Shake.

En mayo del año 2007, CCU traslada sus oficinas corporativas al nuevo “Edificio CCU”, el cual se construyó en el último sitio que quedaba en el terreno de la antigua planta cervecera de Santiago, la cual data de la segunda mitad del siglo XIX.

Calaf compra, en el mes de octubre de 2007, la tradicional marca de cereales Natur para crecer en el mercado de los productos saludables.

En diciembre de dicho año, se materializó la asociación de CCU y Nestlé Chile S.A., para participar del negocio de las aguas minerales y purificadas en Chile, a través de la sociedad Aguas CCU-Nestlé Chile S.A., sociedad que es titular de las marcas Cachantun y Porvenir y de una licencia exclusiva para la marca Nestlé Pure Life en Chile.

En el año 2008, se compró la sociedad Inversora Cervecería S.A. (“ICSA”) en Argentina, con lo que se adquiere la planta de Luján con una capacidad de producción nominal anual de 2,7 millones de hectolitros y las marcas Bieckert, Palermo e Imperial.

En agosto del mismo año, Foods adquirió el 50% de Alimentos Nutra Bien S.A.

En diciembre del año 2008, se materializó la fusión por incorporación de Viña Tarapacá Ex Zavala S.A. en VSP, la que modificó su nombre por el de Viña San Pedro Tarapacá S.A., dando origen de esta forma, al segundo mayor grupo vitivinícola de Chile a través de las viñas San Pedro, Tarapacá Ex Zavala, Santa Helena, Altair, Finca La Celia, Finca Eugenio Bustos, Tamarí, Misiones de Rengo, Viña Mar, Urmeneta, Casa Rivas y Leyda. Bajo esta nueva estructura, el nuevo grupo de viñas obtiene el liderazgo en Chile en la categoría de vinos finos y en exportaciones se consolida como el segundo mayor actor.

Durante el año 2009, Nestlé Waters Chile S.A. ejerció la opción para comprar un 29,9% adicional de las acciones de Aguas CCU-Nestlé Chile S.A.

En ese mismo año, Foods inauguró una nueva planta en Talca, con capacidad de producción de 600 toneladas mensuales. Asimismo, implementó una planta de cereales dilatados duplicando su capacidad de producción.

En diciembre del 2010, CCU ingresó al negocio de la sidra en Argentina al adquirir el control de las empresas Sáenz Briones y Sidra La Victoria.

El 1° de julio de 2011, CPCh inició la distribución de los productos Pernod Ricard, en virtud de un contrato de distribución, en el canal tradicional. Hacia fines de 2011 CCU, a través de su filial CPCh, suscribió un contrato de licencia para la distribución del pisco Premium Bauzá, al tiempo que CPCh adquiría el 49% de la propiedad del licenciante Compañía Pisquera Bauzá S.A.

En septiembre de 2012, CCU adquirió una operación en Uruguay, dedicada a la producción y comercialización de aguas minerales embotelladas bajo la marca Nativa y de bebidas carbonatadas

bajo la marca Nix. Adicionalmente, CCU entró en el negocio de la distribución de cerveza Heineken en Paraguay.

En diciembre de 2012, Aguas CCU-Nestlé Chile S.A. adquirió el 51% de la compañía Manantial S.A., que desarrolla el negocio HOD. La sociedad permitirá a Aguas CCU-Nestlé Chile S.A. participar en una nueva categoría de negocio, en la cual la Compañía había tenido escasa presencia hasta la fecha.

### 3.2 y 3.3 Sectores industriales o económicos y Segmentos de negocios:

La industria de bebestibles en Chile<sup>1</sup>, ha tenido un importante crecimiento en los últimos años, alcanzando un consumo per cápita de 233 litros en el año 2012. Esto representa un crecimiento compuesto anual de 3,8% al compararlo con el consumo per cápita del 2002.

La primera preferencia de las marcas de CCU ha crecido durante los últimos 10 años, lo que se ha traducido en un incremento de la participación de mercado ponderada de CCU en los negocios en que participa de 27,5% en 2002 a 31,9% en 2012.

Entre 2002 y 2012, las ventas de CCU han experimentado una tasa de crecimiento compuesto anual de 12,0%, el cual se explica por el incremento en el volumen de venta y mayores precios promedio.

Como consecuencia de lo anterior, el EBITDA<sup>2</sup> de la Compañía ha mostrado un crecimiento compuesto anual de 11,4% entre 2002 y 2012.

En el año 2012, CCU tuvo ventas consolidadas de \$1.075.690 millones de pesos, y un EBITDA consolidado de \$235.948 millones de pesos.

A continuación se presentan por separado los principales negocios de CCU en el 2012.

#### *Cervezas en Chile*

En el año 2012 el consumo de cerveza en Chile fue de 693 millones de litros. Esto equivale a 40 litros per cápita, lo que es superior a los 25 litros per cápita del año 2002. Entre el año 2002 y 2012 el consumo per cápita de cervezas en Chile creció a una tasa compuesta anual de 4,8%. Este incremento se debió tanto al desarrollo del país como al resultado de las acciones realizadas por la Compañía y otros actores para incrementar el consumo de cerveza en Chile, incluyendo entre otros, la introducción de nuevos productos y nuevos empaques para la satisfacción de nuevas ocasiones de consumo.

La participación de mercado estimada para cervezas en Chile es de 78,8% para el año 2012. Nuestra principal competencia en el negocio de cervezas en Chile es Cervecería Chile S.A. (una filial de Anheuser Busch InBev) que comenzó sus operaciones en Chile durante el segundo semestre de 1991, y de acuerdo a nuestras estimaciones internas cuenta con un 14% de participación de mercado en el 2012. Adicionalmente competimos contra cervezas importadas, siendo las más relevantes Corona (hoy también parte del grupo Anheuser Busch InBev) y Miller Draft.

Este negocio alcanzó ventas netas por \$320.844 millones de pesos en el año 2012, las que representan 30% de las ventas consolidadas y alcanzó un EBITDA de \$104.359 millones de pesos, generando 44% del EBITDA consolidado de la Compañía en 2012.

CCU posee tres plantas productivas de cerveza de alto nivel tecnológico con una capacidad nominal promedio mensual de 67,5 millones de litros en 2012. Estas plantas están ubicadas en las ciudades de Santiago, Temuco y Valdivia. Este negocio está desarrollado principalmente por la filial Cervecería CCU Chile Limitada.

Las principales materias primas usadas para la producción de cerveza son malta, arroz, agua y lúpulo, en adición al material de empaque: latas de aluminio y empaques de vidrio. Obtenemos el suministro

<sup>1</sup> Total de bebestibles envasados listos para su consumo, no considera productos lácteos. Datos relacionados a participación de mercado y consumo per cápita son estimaciones sobre la base de información interna de CCU o Nielsen.

<sup>2</sup> EBITDA: Se utiliza para el cálculo del EBITDA, el EBIT más depreciación y amortización. EBITDA es equivalente al ORBDA (Operating Result Before Depreciation y Amortization), usado en el formulario 20-F. El término "normalizado" se refiere a las medidas de desempeño (EBITDA, EBIT, Utilidad, Utilidad por acción) antes de ítems excepcionales.

de malta de productores locales y de Argentina. El arroz se obtiene de proveedores locales e internacionales mediante transacciones spot. Importamos lúpulo principalmente de acuerdo a contratos con proveedores internacionales de los Estados Unidos. Obtenemos la totalidad del agua de pozos ubicados en nuestras plantas y/o del servicio público.

Los cinco principales clientes y proveedores de éste segmento en el año 2012 se indican en la siguiente tabla:

	Principales Clientes	Descripción		Principales Proveedores	Descripción
1	SMU	Supermercado	1	REXAM CHILE S.A.	Latas
2	WALMART CHILE COMERCIAL LIMITADA	Supermercado	2	CRISTALERIAS DE CHILE S.A.	Envases Vidrio
3	CENCOSUD RETAIL S.A.	Supermercado	3	CARGILL SACI	Malta
4	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	Supermercado	4	MALTERIAS UNIDAS S.A.	Malta y Cebada
5	SUPERMERCADO MONSERRAT S.A.C	Supermercado	5	ELECTRICA NUEVA ENERGIA S.A.	Electricidad

### **Bebidas No Alcohólicas en Chile**

En Chile, en este segmento se incluyen los negocios de gaseosas, néctares y jugos, aguas embotelladas, HOD y bebidas funcionales.

El consumo de gaseosas durante el año 2012 en Chile alcanzó los 125 litros per cápita. Durante 2012 nuestra participación en el mercado de bebidas carbonatadas aumentó a aproximadamente un 25,2% según Nielsen. Nuestra principal competencia en el negocio de bebidas son las compañías que producen, embotellan y distribuyen bebidas en Chile bajo licencias de TCCC<sup>3</sup> (Embotelladora Andina S.A. y Embonor S.A.). De acuerdo a Nielsen, Coca-Cola y las marcas relacionadas representaron aproximadamente un 68% del volumen de ventas total de bebidas carbonatadas en 2012

La categoría de funcionales, considera las bebidas deportivas, bebidas energéticas y té. Estas categorías son de reciente introducción en el país, con un consumo per cápita de 2,2 litros en 2012, pero con un alto potencial de crecimiento. La participación de mercado fue de 44,8% para fines del año 2012.

El consumo de néctares y jugos en 2012 fue de 24 litros per cápita. Los néctares de fruta bajo la marca Watt's, alcanzaron una participación de mercado de 53,1% durante 2012, al excluir los empaques distintos de botellas, tales como el empaque tetrapack. En esta categoría, la Compañía participa en una operación conjunta con Watt's, en virtud de la cual CCU y Watt's participan indirectamente y en partes iguales en Promarca S.A., quién otorgó a sus accionistas licencias exclusivas e indefinidas de sus marcas para producción y venta de diferentes categorías de productos.

El mercado de aguas embotelladas se divide en aguas minerales, purificadas y saborizadas. En 2012, el consumo de aguas embotelladas alcanzó los 20 litros per cápita y así mismo el consumo de HOD alcanzó 6 litros per cápita.

CCU es el principal productor de agua mineral con 57,1% del mercado aproximadamente; su competidor más importante es Vital con una participación estimada de 35,7%. Si tomamos en cuenta todo el mercado de las aguas embotelladas en Chile (minerales, purificadas y saborizadas), de acuerdo a ACNielsen, la Compañía tenía una participación de mercado para el año 2012 de 52,0%. Sus principales competidores son los embotelladores de Coca-Cola con 37,6% de participación.

La participación de mercado de CCU en el total de las bebidas no alcohólicas alcanzó a un 30,3% en el 2012.

<sup>3</sup> TCCC: The Coca Cola Company

El negocio de bebidas no alcohólicas generó en el año 2012 \$292.133 millones de pesos en ventas, lo que representa un 27% de las ventas totales de la Compañía y alcanzó un EBITDA de \$57.312 millones de pesos, generando un 24% del EBITDA consolidado.

Las bebidas gaseosas, bebidas funcionales, néctares y té, se producen y embotellan en las plantas que la Compañía posee en Antofagasta y Santiago, con una capacidad nominal promedio mensual de 117,4 millones de litros en 2012. Las aguas minerales se envasan en las plantas de Coinco y Casablanca, con una capacidad nominal promedio mensual de 43,5 millones de litros en 2012 y las aguas purificadas (tanto embotelladas como HOD) se producen y embotellan con una capacidad nominal promedio mensual de 37,9 millones de litros en 2012.

Las principales materias primas usadas en la producción de bebidas no alcohólicas son agua, azúcar, concentrados saborizantes y, en el caso de productos carbonatados, gas dióxido de carbono. Generalmente obtenemos nuestros requerimientos de azúcar de Empresas Iansa S.A., de suministro tanto local como de importaciones. Adquirimos concentrados saborizantes para nuestras marcas de bebidas bajo licencia a las correspondientes empresas licenciadoras. Los concentrados saborizantes para nuestras marcas propias los adquirimos de proveedores externos en Chile y Alemania, los que fabrican los concentrados de acuerdo a contratos con nosotros. Obtenemos el gas dióxido de carbono de proveedores internacionales.

Obtenemos la totalidad del agua de pozos ubicados en nuestras plantas y/o del servicio público. Somos dueños de dos fuentes de agua mineral en Chile, de las cuales se obtienen los productos de agua mineral marca Cachantún y Porvenir. Estas fuentes de agua se ubican en dos áreas cercanas a Santiago: Coinco y Casablanca, respectivamente. El agua purificada se produce con agua bombeada desde nuestros pozos ubicados en las plantas.

Los cinco principales clientes y proveedores de éste segmento en el año 2012 se indican en la siguiente tabla:

	Principales Clientes	Descripción		Principales Proveedores	Descripción
1	WALMART CHILE COMERCIAL LIMITADA	Supermercado	1	IANSAGRO S A	Azúcar
2	CENCOSUD RETAIL S.A.	Supermercado	2	INVERSIONES PFI CHILE LTDA	Concentrado Pepsi
3	SMU	Supermercado	3	COCA - COLA DE CHILE S.A.	Concentrado Crush y Canada Dry
4	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	Supermercado	4	KRONES A.G.	Líneas de producción
5	ALIMENTOS FRUNA	Mayorista	5	MIMET S. A.	Inversiones (coolers)

### Vinos

CCU participa en el negocio del vino a través de VSPT, sociedad donde CCU tiene el 63,51% del capital accionario indirectamente, tanto en el mercado doméstico como en el de exportaciones a más de 80 países. De acuerdo a fuentes de la industria, el mercado de exportación representó 749 millones de litros y el mercado doméstico alcanzó los 205 millones de litros en 2012, lo que representa un consumo per cápita de 12 litros en Chile.

Según estimaciones internas, la participación de mercado de VSPT es de 26,7% en el mercado doméstico, siendo los principales competidores locales Concha y Toro y Santa Rita, quienes en 2012 tuvieron una participación de mercado de aproximadamente un 30% y un 28% respectivamente. De acuerdo a las estimaciones de la Asociación de Viñas de Chile, VSPT participa en un 13,1% de las exportaciones de vino embotellado en el 2012, siendo nuestros principales competidores en Chile, Concha y Toro, Santa Rita y Santa Carolina quienes tuvieron una participación de mercado de un 35%, un 5% y un 5% respectivamente para el 2012.

En el año 2012, el segmento de vinos vendió \$149.557 millones de pesos lo que corresponde a 14% de las ventas netas consolidadas y generó un EBITDA por \$17.619 millones de pesos, lo que contribuyó con el 7% del EBITDA consolidado de CCU.

Al 31 de diciembre de 2012, VSPT mantiene aproximadamente 4.352 hectáreas de cultivos de vides, de las cuales 3.685 hectáreas corresponden a vides en estado productivo. De dichas 3.685 hectáreas, 3.381 corresponden a tierras propias y 304 a tierras arrendadas a largo plazo en Chile, con una capacidad de vinificación de 56,6 millones de litros en Chile y de 7,5 millones en Argentina.

Durante el año 2012, VSPT abasteció aproximadamente 52% de sus necesidades de vino de exportación y de vinos finos para el mercado doméstico con producción propia, mientras que el resto fue comprado a terceros en forma de vino y uva. En el caso del vino masivo doméstico, la totalidad es comprada a terceros.

Las principales materias primas y material de envasado que VSPT utiliza en su proceso de producción son uvas propias y adquiridas a terceros, vino propio y de terceros, botellas, contenedores de cartón, corchos y cajas de cartulina.

Los cinco principales clientes y proveedores de éste segmento en el año 2012 se indican en la siguiente tabla:

	Principales Clientes	Descripción		Principales Proveedores	Descripción
1	CENCOSUD	Supermercado	1	CRISTALERIAS DE CHILE S.A.	Envases Vidrio
2	SHAW ROSS	Importador	2	VINICOLA PATACON SPA	Vino
3	WALMART CHILE COMERCIAL SA	Supermercado	3	AGR. Y COMERC.BDGAS. LAS MERCEDES LTDA.	Vino
4	INTERFOOD IMPORTACAO LTDA	Importador	4	CONSTRUCTORA CUEVAS Y PURCELL S. A.	Inversiones
5	A.J.VIERCI S.R.L.	Importador	5	SAINT-GOBAIN ENVASES S.A.	Envases Vidrio

### Licores en Chile

Este mercado de aproximadamente 3,7 litros per cápita en el 2012, comprende el negocio del pisco, del ron y el de otros licores. El consumo per cápita de pisco fue de 2,0 litros, para el ron fue de 1,1 litro y 0,7 para el resto de los licores en el 2012.

La Compañía opera a través de su filial CPCh, donde CCU posee -directa e indirectamente- 80% y Control el 20% restante, logrando una participación de mercado en el año 2012 de 55,7% de acuerdo a estimaciones internas en el segmento pisco y de 20,7% en el segmento ron según Nielsen. El principal competidor en el negocio de pisco es Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Ltda. (“Capel”), cuyas ventas por volumen representaron aproximadamente un 47% en 2012 de acuerdo a las cifras de Nielsen. Por su parte los principales competidores por volumen en el negocio de ron son Madero (Capel), Barceló, Mitjans S.A. y algunas marcas importadas.

El negocio de licores generó en el año 2012 \$63.552 millones de pesos en ventas, lo que representa un 6% de las ventas totales de la Compañía y generó un EBITDA de \$9.836 millones de pesos, lo que contribuyó con el 4% del EBITDA consolidado.

CPCh tiene tres plantas productivas (vinificadoras y destiladoras): Planta Salamanca en el Valle del Choapa, Planta Monte Patria y Planta Sotaqui, en el Valle del Limarí. Adicionalmente, en el Valle de Elqui, zona de Paihuano, posee la Planta de Pisco Elqui, centro turístico y planta productora de jugo de uva, que es trasladado a las plantas del Valle del Limarí para su transformación. Las plantas tienen una capacidad nominal instalada de 16,7 millones de litros a diciembre 2012.

Las principales materias primas y de envasado usadas en nuestra producción de pisco y ron son uvas adquiridas, vino adquirido, alcohol adquirido, alcohol de caña, botellas, tapas y cajas de cartulina.

Los cinco principales clientes y proveedores de éste segmento en el año 2012 se indican en la siguiente tabla:

	Principales Clientes	Descripción		Principales Proveedores	Descripción
1	WALMART CHILE COMERCIAL LIMITADA	Supermercado	1	PERNOD RICARD CHILE S.A.	Licores
2	CENCOSUD RETAIL S.A.	Supermercado	2	CRISTALERIAS DE CHILE S.A.	Botellas de vidrio
3	SMU	Supermercado	3	SOC AGRIC HACIENDA MAL PASO Y CIA LTDA	Alcoholes
4	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	Supermercado	4	COOP AGRIC CONT PIS. ELQUI Y LIMARI LTDA	Alcoholes
5	EMBOTELLADORA ANDINA S.A.	Mayorista	5	CRISTALERIAS TORO S.A.I.C.	Botellas de vidrio

### **CCU Argentina**

El consumo de bebestibles listos para beber<sup>4</sup> en Argentina llegó el año 2012 a 295 litros per cápita. El mercado de cervezas argentino es cerca de 2,6 veces el chileno, en términos de volumen, con aproximadamente 1.809 millones de litros de consumo total o 44 litros per cápita en 2012.

A diciembre de 2012, de acuerdo a nuestras estimaciones internas, CCU Argentina tenía una participación de mercado de 23,1% en cervezas, y tenía una participación de mercado de 34,9% en sidras.

Los principales competidores de cerveza en Argentina al 2012 son: AmBev-Quilmes (una filial de Anheuser Busch InBev) con el 74% de participación de mercado y SABMiller con el 3% de participación de mercado según nuestras estimaciones internas.

CCU Argentina generó ventas netas por \$250.996 millones de pesos durante el año 2012, representando 23% de los ingresos consolidados de la Compañía, generando un EBITDA de \$35.121 millones de pesos, lo que contribuyó en un 15% al EBITDA consolidado.

CCU Argentina produce cerveza en sus tres plantas, ubicadas en Salta, Santa Fe y Luján, mientras que las sidras y licores se producen en las plantas de Allen (Río Negro), Ciudadela, Pilar y Mendoza, en total con una capacidad nominal promedio mensual de 56,6 millones de litros en 2012.

Las principales materias primas usadas en la producción de nuestros productos de cerveza en Argentina son la malta, jarabe de maíz, agua, lúpulo y arroz que se obtienen principalmente de proveedores locales; del mismo modo que las botellas de vidrio y latas de aluminio. Obtenemos el agua requerida desde pozos, ríos y napas subterráneas.

<sup>4</sup> Total de bebestibles envasados listos para su consumo, no considera productos lácteos.

Los cinco principales clientes y proveedores de éste segmento en el año 2012 se indican en la siguiente tabla:

	Principales Clientes	Descripción		Principales Proveedores	Descripción
1	EMBOTELLADORA DEL ATLANTICO SA	Consignatario TCCC	1	CARGILL S.A.C.I.	Malta
2	ARCA	Consignatario TCCC	2	BARRACAS LOGISTICA S.A.	Transporte
3	BAI LOGÍSTICA	Operador logístico	3	REXAM ARGENTINA S.A.	Latas
4	SERVIMAR	Operador logístico	4	RIGOLLEAU S.A.	Botellas de vidrio
5	BARLOG SA	Operador logístico	5	CATTORINI HNOS. S.A.I.C.F.e I.	Botellas de vidrio

### Otros Negocios

#### *Nuestra Operación en Uruguay*

En septiembre de 2012, CCU adquirió el 100% de las acciones de las empresas uruguayas Marzurel S.A., Milotur S.A. y Coralina S.A. y pasó a ser el accionista mayoritario y controlador de Andrimar S.A. Dichas compañías son dueñas de los activos de un negocio dedicado a la producción y comercialización de aguas minerales embotelladas bajo la marca Nativa y de bebidas carbonatadas bajo la marca Nix. Adicionalmente se comercializan las marcas importadas de cerveza Heineken.

En el mercado No Alcohólico, los principales competidores son Salus (filial de Danone) en Aguas, Montevideo Refrescos (filial de The Coca-Cola Company) en Gaseosas y Fábrica Nacional de Cervezas (filial de Ambev, parte del grupo Anheuser Busch InBev ) en Cervezas y Gaseosas.

La operación de Uruguay contempla la integración de sus principales procesos, actividades y procedimientos dentro los de CCU Argentina a partir del año 2013.

Los cinco principales clientes y proveedores de éste segmento en el año 2012 se indican en la siguiente tabla:

	Principales Clientes	Descripción		Principales Proveedores	Descripción
1	GOMALAR S.A.	Distribuidor	1	CRISTALPET S.A.	Preformas
2	LARACOR S.A.	Distribuidor	2	AZUCARLITO S.A.	Azúcar
3	BLAYER S.A.	Distribuidor	3	INGREDION URUGUAY S.A.	Jarabe de Fructuosa
4	TABARE ESPINDOLA	Distribuidor	4	AGA S.A.	CO2
5	ILAMIR S.A.	Distribuidor	5	GABIELE S.R.L.	Transporte

#### *Alimentos Listos para su Consumo (Snack Dulces)*

CCU posee desde enero de 2004 una participación accionaria de 50% en Foods (ex Calaf) a través de CCU Inversiones S.A. con el objetivo de participar en el negocio de los snacks dulces. De esta forma, la Compañía ingresó a la industria de los alimentos “Listos para su Consumo” que ofrece un interesante potencial de crecimiento en Chile y permite a CCU desarrollar y distribuir otros productos distintos de bebestibles.

En el negocio de los snacks dulces, los diversos productos se elaboran bajo las marcas Calaf, comprendiendo entre ellas la marca Duetto y otras, bajo las cuales se elaboran algunas líneas de galletas. Adicionalmente, la Compañía posee otras marcas específicas de cada producto. Foods es también dueña de la marca Natur y posee un 50% de participación en la propiedad de NutraBien.

Los principales competidores en Snack Dulces son Empresas Carozzi S.A, Industria de Alimentos Dos en Uno S.A (Arcor) y Nestlé Chile S.A..

El negocio de los snacks dulces tiene 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.

Los cinco principales clientes y proveedores de éste negocio en el año 2012 se indican en la siguiente tabla:

	Principales Clientes	Descripción		Principales Proveedores	Descripción
1	SMU	Supermercado	1	IANSAGRO S A	Azúcar
2	WALMART CHILE COMERCIAL LIMITADA	Supermercado	2	DIMERCO COMERCIAL LTDA.	Cacao
3	CENCOSUD RETAIL S.A.	Supermercado	3	CIA MOLINERA SAN CRISTOBAL SA	Harina
4	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	Supermercado	4	PAIMASA S A	Envases de caja
5	ALIMENTOS FRUNA	Mayorista	5	COOP AGRICOLA Y LECHERA DE LA UNION LTDA	Leche

#### ***Fábrica de Envases Plásticos S.A.***

A través de su filial PLASCO, provee gran parte de las botellas plásticas desechables y retornables usadas en el negocio de bebidas no alcohólicas.

Sus principales clientes son las UEN mientras que los cinco principales proveedores de éste negocio en el año 2012 se indican en la siguiente tabla:

	Principales Proveedores	Descripción
1	INDORAMA VENTURES POLIMERS MEXICO	Resinas
2	JIANGYIN XINGYU NEW MATERIAL CO. LTD.	Resinas
3	ELECTRICA NUEVA ENERGIA S.A.	Energía
4	DAK AMERICAS LLC RE RESINS	Resinas
5	HUSKY INJECTION MOLDING SYSTEM LTD.	Maquinaria

#### ***Transportes CCU Limitada***

Transportes CCU Limitada es la unidad encargada de la logística y distribución de la totalidad de los productos de la Compañía en Chile, destacándose como la empresa de logística más grande del país, en términos de volumen físico transportado y nivel de operaciones.

Esta unidad presta servicios a todas las Unidades Estratégicas de Negocios (“UEN”) de CCU en la administración de los centros de distribución, logística y despacho a clientes en Chile.

Sus principales clientes son las UEN mientras que los cinco principales proveedores de éste negocio en el año 2012 se indican en la siguiente tabla:

	Principales Proveedores	Descripción
1	SOCIEDAD TRANSPORTES ROMANI Y CIA. LTDA.	Transporte carga
2	ECR COMPLEMENTOS CHILE S.A.	Reponedores
3	TRANSPORTE CARGO PACIFICO LTDA.	Transporte carga
4	TRANSPORTES TRANS-CAVALIERI LTDA	Transporte carga
5	TRANSPORTES CALAFQUEN LTDA	Transporte carga

### Comercial CCU S.A.

Es la unidad encargada de prestar servicios de comercialización y venta de los productos en Chile para todos los productos de las diversas UENs por orden y cuenta de éstas, en la zona Norte desde Arica hasta Copiapó/Vallenar y en la zona Sur desde Curicó a Coyhaique, con excepción de la ciudad de Concepción. En el resto del territorio existe fuerza de venta de dedicación exclusiva de cada UEN.

### Resultados al Primer Trimestre 2013

En línea con la estrategia y la manera en que manejamos los distintos negocios, hemos reorganizado durante el primer trimestre del 2013 nuestras operaciones en tres segmentos de negocio: CHILE – Cervezas Chile, Bebidas no alcohólicas y Licores- RIO DE LA PLATA -CCU Argentina y Uruguay- y VINOS.

A continuación se presenta un detalle de los ingresos, EBITDA normalizado y margen EBITDA normalizado por los tres segmentos de negocios de CCU, de acuerdo a la información de los Estados Financieros publicados a marzo de 2013:

	Total de Ingresos (millones de CLP)					
	1T'13	Mix	1T'12	Mix	Cambio Total%	Cambio Orgánico%
1. Segmento de negocio Chile	202.654	66,6%	186.671	66,3%	8,6	7,0
Cervezas Chile	98.078	32,3%	93.311	33,2%	5,1	5,1
Bebidas no alcohólicas	91.319	30,0%	80.489	28,6%	13,5	9,9
Licores	13.257	4,4%	12.871	4,6%	3,0	3,0
2. Segmento de negocio Río de la Plata	72.748	23,9%	63.956	22,7%	13,7	10,0
CCU Argentina	70.364	23,1%	63.956	22,7%	10,0	10,0
Uruguay	2.384	0,8%	-	-	-	-
3. Vinos	29.127	9,6%	31.199	11,1%	-6,6	-6,6
4. Otros/Eliminaciones	-429	-0,1%	-347	-0,1%	23,8	23,8
<b>TOTAL</b>	<b>304.100</b>	<b>100,0%</b>	<b>281.480</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,0</b>	<b>6,2</b>

Los ingresos del primer trimestre de 2013 crecieron 8,0%, incluyendo el impacto positivo de la consolidación de Manantial y la operación en Uruguay de CLP 5.282 millones. En términos orgánicos, los ingresos totales crecieron un 6,2% en el primer trimestre de 2013, reflejando el aumento de los volúmenes, así como el beneficio del aumento de precios promedio en 3,0%. Este crecimiento fue liderado por un 7,0% y un 10,0% de crecimiento orgánico en los segmentos de negocio CHILE y RIO DE LA PLATA respectivamente.

	EBITDA normalizado (millones de CLP)					
	1T'13	Mix	1T'12	Mix	Cambio Total%	Cambio Orgánico%
1. Segmento de negocio Chile	54.927	75,0%	50.575	72,4%	8,6	6,9
Cervezas Chile	34.142	46,6%	32.876	47,0%	3,9	3,9
Bebidas no alcohólicas	19.446	26,6%	16.241	23,2%	19,7	14,3
Licores	1.339	1,8%	1.457	2,1%	-8,1	-8,1
2. Segmento de negocio Rio de la Plata	11.421	15,6%	11.781	16,9%	-3,0	-2,6
CCU Argentina	11.479	15,7%	11.781	16,9%	-2,6	-2,6
Uruguay	-57	-0,1%	-	-	-	-
3. Vinos	1.966	2,7%	2.521	3,6%	-22,0	-22,0
4. Otros/Eliminaciones	4.889	6,7%	5.021	7,2%	-2,6	-
<b>TOTAL</b>	<b>73.204</b>	<b>100,0%</b>	<b>69.897</b>	<b>100,0%</b>	<b>4,7</b>	<b>3,6</b>

El EBITDA normalizado creció 4,7%, incluyendo el impacto positivo de 1,1% de la consolidación por la adquisición de Manantial y la de Uruguay, principalmente a consecuencia de que el segmento de Chile incrementó su EBITDA en un 8,6%, parcialmente contrapesado por el desempeño de los segmentos de negocio RÍO DE LA PLATA y VINOS que vieron sus EBITDA reducidos. En términos orgánicos, el EBITDA normalizado aumentó 3,6% explicado por el incremento de 6,9% en el segmento de negocio CHILE, liderado por el crecimiento en el segmento operacional Bebidas no alcohólicas con un 14,3% y en menor medida Cerveza Chile con un crecimiento del 3,9%.

	Mg EBITDA normalizado			
	1T'13	1T'12	Cambio total(pbs)	Cambio Orgánico(pbs) <sup>5</sup>
1. Segmento de negocio Chile	27,1%	27,1%	1	-4
Cervezas Chile	34,8%	35,2%	-42	-42
Bebidas no alcohólicas	21,3%	20,2%	112	82
Licores	10,1%	11,3%	-122	-122
2. Segmento de negocio Rio de la Plata	15,7%	18,4%	-272	-211
CCU Argentina	16,3%	18,4%	-211	-211
Uruguay	-2,4%	-	-	-
3. Vinos	6,7%	8,1%	-133	-133
4. Otros/Eliminaciones	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>24,1%</b>	<b>24,8%</b>	<b>-76</b>	<b>-61</b>

El margen EBITDA normalizado se redujo 76 puntos base, debido principalmente a un menor margen EBITDA en los segmentos de negocio RÍO DE LA PLATA y VINOS. En términos orgánicos, el margen EBITDA normalizado disminuyó 61 puntos base.

3.4 Factores de riesgo: Deseamos advertir a los inversionistas de los siguientes factores importantes que podrían afectar los resultados actuales de la Sociedad, lo podría ocasionar que los mismos difirieran materialmente de aquellos expresados en cualquier proyección futura hecha por la Sociedad o en representación nuestra. Invertir en la presente emisión de acciones de CCU entraña ciertos riesgos que no son inherentes a las inversiones en acciones de otras compañías chilenas. Antes de tomar la decisión de invertir, el lector debe considerar cuidadosamente toda la información contenida en el presente documento, incluidos los factores de riesgo.

<sup>5</sup> El crecimiento orgánico excluye las ventas de nuevos emprendimientos en los últimos doce meses. Excluye el impacto de consolidación de Manantial y Uruguay.

### 3.4.1 RIESGOS RELATIVOS A CHILE

#### ***3.4.1.1 Dependemos en gran medida de las condiciones económicas en Chile, lo que puede impactar de manera negativa nuestros resultados operacionales y posición financiera.***

Nuestra actividad comercial se desarrolla principalmente en Chile y un 67,9% de nuestros ingresos en 2012 fueron generados por nuestras operaciones en Chile, un 24,1% por las operaciones en Argentina y un 8,0% por las exportaciones desde Chile. De ahí que nuestros resultados operacionales y posición financiera sean dependientes, en gran medida, del nivel general de actividad económica en Chile. La economía chilena ha experimentado un crecimiento anual promedio de un 0,01% entre 2008 y 2012 y de un 5,6% en 2012. En el pasado, un crecimiento económico desacelerado en Chile ha desacelerado la tasa de consumo de nuestros productos y ha afectado en forma negativa nuestra rentabilidad. El reciente desempeño económico de Chile se ha visto afectado por los trastornos de los mercados financieros globales en 2009 y en 2010 por un terremoto, por lo tanto la tasa de crecimiento del período 2008-2012 no debiera extrapolarse al futuro.

Adicionalmente, en su calidad de economía de mercado emergente, Chile está más expuesto a las condiciones desfavorables de los mercados internacionales, las que podrían tener un impacto negativo sobre la demanda de nuestros productos, además de sobre los productos de terceros con los que efectuamos negocios. El 5 de agosto de 2011 Standard & Poor's bajó la clasificación de la deuda soberana de largo plazo de los Estados Unidos de AAA a AA+. Por otra parte, recientemente ha aumentado la preocupación en relación a la deuda soberana de diversos países, los que han debido obtener financiamiento de emergencia. La baja en la clasificación de la deuda de los Estados Unidos y la crisis continuada de la deuda europea han contribuido a la inestabilidad de los mercados financieros mundiales. La crisis de la deuda soberana podría afectar de manera negativa el equilibrio financiero del sistema bancario mundial y disminuir la confianza de los consumidores, lo que podría impactar los mercados financieros mundiales y las condiciones económicas en los Estados Unidos y en el mundo. Como resultado de ello, cualquier combinación entre una baja confianza de parte de los consumidores, mercados de capitales desestabilizados a nivel mundial y/o condiciones económicas internacionales reducidas podrían afectar en forma negativa la economía chilena y, como consecuencia, nuestros negocios.

### 3.4.2 RIESGOS RELATIVOS A ARGENTINA

#### ***3.4.2.1 Contamos con importantes operaciones en Argentina y las condiciones económicas en ese país han afectado en forma negativa nuestros resultados operacionales y podrían hacerlo en el futuro.***

Además de nuestras operaciones en Chile, mantenemos importantes activos en Argentina y obtenemos importantes ingresos de nuestras operaciones en ese país. En 2012 obtuvimos \$258.941 millones, o un 24,1% de nuestros ingresos de nuestras operaciones en Argentina y, al 31 de diciembre de 2012, \$211.827 millones o un 16,0% de nuestros activos se encontraban en Argentina. Como la demanda de bebidas y productos bebestibles por lo general depende de las condiciones económicas que prevalecen en el mercado local, el que a su vez depende de las condiciones macroeconómicas del país, la posición financiera y los resultados operacionales de nuestras operaciones en Argentina dependen, en gran medida, de las condiciones políticas y económicas imperantes en Argentina. Entre 1999 y 2002 Argentina experimentó una prolongada recesión, que culminó en una crisis económica. Aunque la situación económica en Argentina ha mejorado desde la crisis financiera de 2002, hemos observado una desaceleración y, por lo tanto, no podemos asegurar que las condiciones económicas en Argentina continúen mejorando o que nuestros negocios no se vean afectados de manera significativa si las condiciones económicas en Argentina se deterioran.

#### ***3.4.2.2 El peso argentino está sujeto a volatilidad, lo que podría afectar en forma negativa nuestros resultados.***

Una devaluación del peso argentino afecta en forma negativa nuestros resultados operacionales. No podemos asegurar que la economía de ese país se recupere o que no vaya a enfrentar una recesión, ni tampoco predecir en caso de haberla, en qué medida afectará nuestras operaciones en Argentina. En 2009 la Compañía informó por primera vez sus estados financieros de acuerdo a las IFRS, utilizando el peso argentino como la moneda funcional para nuestras filiales argentinas. Los estados financieros se calculan en dicha moneda y se convierten a pesos chilenos para los propósitos de consolidación.

### ***3.4.2.3 El régimen legal y la economía de Argentina son susceptibles a cambios que podrían afectar en forma negativa nuestras operaciones argentinas.***

Las medidas tomadas por el gobierno argentino para abordar la crisis económica argentina de 2002 han afectado gravemente la estabilidad del sistema financiero argentino y han tenido un impacto significativamente negativo sobre su reputación. Argentina ha aumentado las restricciones a las transacciones en moneda extranjera. Si Argentina se viera enfrentada a una nueva crisis fiscal y económica, el gobierno argentino podría implementar reformas económicas y políticas, las que podrían impactar nuestro negocio en forma negativa. La imprevisibilidad, el momento y el alcance de las posibles medidas promulgadas por el gobierno argentino, incluyendo expropiaciones, mayores impuestos y medidas de controles cambiarios podrían afectar en forma negativa nuestras operaciones en Argentina y nuestros resultados operacionales futuros.

Desde enero de 2006, el gobierno argentino ha adoptado distintos métodos para regular en forma directa e indirecta los aumentos de precio de varios bienes de consumo, incluyendo la cerveza envasada, en un esfuerzo para aminorar la inflación. Además, las actuales medidas implementadas por el gobierno argentino para controlar la balanza comercial y el tipo de cambio han afectado en forma negativa la libre importación de bienes y el proceso de repatriación de ganancias.

No podemos asegurar que estas y otras medidas adoptadas por el gobierno argentino no tengan un efecto negativo sobre nuestras operaciones en Argentina.

### **3.4.3 RIESGOS RELATIVOS A NUESTRO NEGOCIO**

#### ***3.4.3.1 Las fluctuaciones en el costo de nuestras materias primas podrían impactar negativamente nuestra rentabilidad si no pudiéramos traspasar dichos costos a nuestros clientes.***

Compramos malta, arroz y lúpulo para la cerveza, azúcar para las bebidas, uva para el vino y material de embalaje a productores locales o a través de compras en el mercado internacional. Los precios de dichos productos están expuestos a la volatilidad de las condiciones de mercado y han experimentado importantes fluctuaciones a través del tiempo y están determinados por su oferta y demanda global, junto con otros factores como las fluctuaciones en los tipos de cambio, sobre las que no tenemos control.

Aunque históricamente hemos sido capaces de aumentar nuestros precios de venta en respuesta a aumentos en los costos de materias primas y, por lo tanto, no hemos intentado proteger nuestra exposición a aumentos en los precios de materias primas, no podemos asegurar que nuestra capacidad para recuperar aumentos en el costo de materias primas continúe en el futuro. En particular, en los casos en que las fluctuaciones en los precios de las materias primas se escapan a las condiciones en los mercados donde operamos y podríamos tener una capacidad limitada para aumentar los precios y compensar los aumentos en los costos. Si no somos capaces de aumentar nuestros precios de venta en respuesta a aumentos en los costos de materia prima, cualquier futuro aumento podría reducir nuestros márgenes y rentabilidad, en caso que no pudiéramos mejorar las eficiencias o tomar otras medidas para compensarlos.

#### ***3.4.3.2 La competencia en el mercado chileno de cervezas podría disminuir nuestra participación de mercado y recortar nuestra rentabilidad.***

En 2012 nuestra participación en el mercado chileno de cervezas por volumen fue de aproximadamente un 78,8%. Nuestra principal competencia en el mercado chileno de cervezas por volumen es Cervecería Chile S.A. ("Cervecería Chile"), una filial de Quilmes Industrial S.A. ("Quilmes"), la mayor cervecera argentina y, desde enero de 2007, una filial de Companhia de Bebidas das Américas ("AmBev"). Ambev e Interbrew se fusionaron en 2004, creando Inbev N.V./S.A., la que se fusionó con Anheuser Busch Cos, Inc el 18 de noviembre de 2008, formando Anheuser-Busch InBev ("AB Inbev"). En 2012 AB Inbev anunció la adquisición del Grupo Modelo, recientemente aprobada en los Estados Unidos. Cervecería Chile tenía una participación de mercado por volumen en Chile de aproximadamente un 14% en 2012. En el pasado, Cervecería Chile ha puesto en práctica agresivos descuentos de precios. Si Cervecería Chile incrementara su práctica de agresivos descuentos de precios en el futuro, no podemos asegurar, dada la situación actual, que

dichos descuentos u otras actividades competitivas no tengan un efecto negativo importante sobre nuestra rentabilidad o participación de mercado.

Además, si las condiciones comerciales en el mercado de las cervezas continúan siendo relativamente favorables en Chile, otras compañías podrían intentar ingresar a dicho mercado, ya sea produciendo cerveza en forma local o a través de importaciones. Si bien esperamos que el consumo de cerveza per cápita en Chile continúe aumentando, mitigando el efecto de la competencia, el ingreso al mercado de competidores adicionales podría disminuir nuestra participación de mercado o conducir a descuentos en los precios.

#### ***3.4.3.3 Nuestras marcas de cerveza en Chile podrían enfrentarse a una mayor competencia de parte de otras bebidas alcohólicas como el vino y los licores, además de bebidas no alcohólicas, como las gaseosas.***

El consumo de cerveza en Chile puede verse influido por cambios en los precios relativos del vino nacional, licores y/o otras bebidas no alcohólicas. Los aumentos en los precios del vino nacional han tendido a dar como resultado aumentos en el consumo de cerveza, mientras que las disminuciones en el precio del vino han tendido a reducir o aminorar el crecimiento del consumo de cerveza. Como resultado de nuestra menor participación en los mercados del vino chileno, licores y bebidas en comparación a nuestra participación en el mercado de cerveza en Chile, suponemos que nuestra rentabilidad consolidada se vería afectada en forma negativa si los consumidores de bebestibles tuvieran que cambiar su consumo de cerveza ya sea al vino, licores o bebidas.

#### ***3.4.3.4 Quilmes domina el Mercado de cerveza en Argentina y podríamos no ser capaces de mantener nuestra actual participación de mercado.***

En Argentina nos enfrentamos a la competencia de parte de Quilmes, Cervecería Argentina S.A. Isenbeck (“CASA Isenbeck”), anteriormente filial de Warsteiner Brauerei Hans Cramer GmbH & Co. (“Warsteiner”), que fue adquirida por SABMiller plc el 24 de noviembre de 2010. En 2012 Quilmes tenía una participación de mercado de un 74% y CASA Isenbeck de un 3,1%. Nuestra participación en el mercado de cerveza argentino fue de un 23,1% en 2012. Como resultado de su posición dominante en Argentina, el gran tamaño de Quilmes le permite beneficiarse de las economías de escala en la producción y distribución de cerveza a través de Argentina. Por lo tanto, no podemos asegurar que seamos capaces de aumentar o mantener nuestra actual participación en el mercado de cerveza en Argentina.

#### ***3.4.3.5 La consolidación de la industria cervecera podría impactar nuestra participación de mercado.***

En 2005 SABMiller plc se fusionó con Grupo Empresarial Bavaria, una cervecera colombiana con operaciones en Colombia, Perú, Ecuador y Panamá, constituyendo la segunda mayor cervecera del mundo. En 2010 SABMiller plc adquirió CASA Isenbeck, la tercera mayor cervecera de Argentina.

En marzo de 2004, AmBev e Interbrew anunciaron un acuerdo para fusionarse, creando la mayor cervecera del mundo con el nombre InBev. Además, en enero de 2007 AmBev tomó el control de Quilmes. Inbev y Anheuser Busch se fusionaron en noviembre de 2008, creando AB Inbev, el líder mundial de la cerveza. En Chile, Quilmes vende su cerveza a través de Cervecería Chile, la que tenía una participación de mercado de aproximadamente un 14% en 2012 y en Argentina, donde tenía una participación de mercado de aproximadamente un 74% en 2012. En 2012 AB Inbev anunció la adquisición del Grupo Modelo, dueña de la marca Corona que CCU distribuye en Argentina, la que se aprobó en los Estados Unidos de América y se encuentra siendo analizada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia en Argentina. Como consecuencia de la referida fusión, la marca Budweiser, cuyo contrato de producción y de licencia de distribución fue otorgado a Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. hasta el año 2025, pertenece a nuestra competencia. Cervecería CCU Chile Limitada tiene un contrato de distribución hasta el año 2015 para distribuir Budweiser en Chile. No podemos asegurar que los contratos sean renovados.

La consolidación en la industria de la cerveza ha dado origen a participantes de mayor tamaño y más competitivos, los que podrían cambiar las actuales condiciones del mercado en que operamos.

#### ***3.4.3.6 Las restricciones del suministro de gas argentino han aumentado nuestros costos de Energía y los mayores precios del petróleo han aumentado nuestros gastos de distribución.***

Desde 2005 el gobierno argentino ha restringido las exportaciones de gas a Chile debido a problemas de suministro en Argentina. Ello ha aumentado el costo operacional de nuestras plantas de producción de cerveza en Chile y Argentina, además de nuestras plantas de bebidas en Chile. El suministro de gas se ha vuelto estable en la actualidad, reduciendo el riesgo de mayores aumentos de costo. Sin embargo, dichas restricciones han aumentado los costos de energía eléctrica. No requerimos inversiones adicionales, ya que nuestras calderas pueden funcionar con gas o con combustibles alternativos, como el diesel o gas butano. Los aumentos en el precio del petróleo podrían reducir nuestros márgenes si no somos capaces de mejorar las eficiencias o de aumentar nuestros precios para compensarlas.

#### ***3.4.3.7 Los cambios en el mercado laboral de los países en que operamos podrían afectar nuestros márgenes del negocio.***

En 2012 la tasa de desempleo en Chile fue relativamente baja, de un 6,0%, lo que tuvo un impacto directo sobre nuestro gasto de remuneraciones dada la competencia resultante para conseguir trabajadores. Además, la necesidad de la industria minera de una mayor fuerza laboral no calificada ha agregado presiones sobre nuestro gasto de remuneraciones debido a que nuestro negocio requiere de una gran fuerza laboral, especialmente en el sector de distribución. Además, algunas propuestas de aumento del sueldo mínimo en Chile están siendo discutidas actualmente en el Congreso y la aprobación de dichas propuestas podría dar como resultado un aumento de nuestro gasto de remuneraciones, lo que podría tener un efecto sobre nuestros márgenes y rentabilidad.

#### ***3.4.3.8 Dependemos de la renovación de determinados acuerdos de licencia para mantener nuestras actuales operaciones.***

La mayoría de nuestros acuerdos de licencia incluye determinadas condiciones que deben ser cumplidas durante su vigencia, además de provisiones para su renovación en la fecha de vencimiento. No podemos asegurar que dichas condiciones sean cumplidas y, por lo tanto, que los acuerdos sean renovados, expiren al término de la vigencia o experimenten un término anticipado. El término de o la imposibilidad de renovar nuestros acuerdos de licencia existentes podría tener un impacto negativo sobre nuestras operaciones.

#### ***3.4.3.9 La consolidación de la industria de supermercados podría afectar nuestras operaciones.***

La industria de supermercados en Chile ha experimentado un proceso de consolidación, aumentando la importancia y poder adquisitivo de unas pocas cadenas de supermercados. Como resultado de ello, podríamos no ser capaces de obtener precios favorables, lo que podría afectar nuestras ventas y rentabilidad en forma negativa.

Además, a pesar de contar con cobertura de seguros, esta consolidación de las cadenas de supermercados tiene el efecto de aumentar nuestra exposición al riesgo de crédito, ya que estamos más expuestos en caso que alguno de estos grandes clientes deje de cumplir con sus obligaciones de pago hacia nosotros por algún motivo.

#### ***3.4.3.10 Dependencia de un proveedor único para algunas materias primas importantes.***

En el caso de las latas, tanto en Chile como en Argentina compramos a un solo proveedor, Rexam, quien cuenta con plantas en ambos países. Sin embargo, podemos importar latas de otras plantas de Rexam o de proveedores alternativos de la región. En el caso de las botellas de vidrio, tanto en Chile como en Argentina compramos la mayoría de nuestras botellas a un único proveedor local, Cristalerías Chile, aunque existen otros proveedores de vidrio en Chile a los que podemos recurrir y también importamos de otros proveedores. Para la malta tenemos contratos de largo plazo en Chile y en Argentina, donde obtenemos nuestros requerimientos de Cargill, que cuenta con dos plantas en el país. Aunque tenemos alternativas para conseguir nuestros suministros, en caso de experimentar interrupciones en nuestra cadena no podemos asegurar que en dicho caso podamos obtener precios favorables o términos ventajosos, lo que podría afectar en forma negativa nuestros resultados. En el caso de las resinas tereftalato de polietileno (“PET”) las adquirimos de diversos proveedores de

China, México y los Estados Unidos y en el pasado también las hemos adquirido en Argentina. En el caso de hot-fill PET, la adquirimos en México (Indorama).

#### ***3.4.3.11 El suministro de agua es esencial para el desarrollo de nuestros negocios.***

El agua es un componente esencial para la cerveza, las bebidas, el agua mineral y purificada. Aunque hemos adoptado políticas para el uso responsable y sustentable del agua, una falla en nuestro suministro de agua o una contaminación de nuestras fuentes podría afectar en forma negativa nuestras ventas y rentabilidad.

#### ***3.4.3.12 La cadena de suministro, producción y logística es clave para la entrega oportuna de nuestros productos a los centros de consumo.***

Nuestra cadena de suministro, producción y logística es fundamental para la entrega de nuestros productos a los centros de consumo. Una interrupción o una falla significativa en esta cadena podría afectar en forma negativa los resultados de la Compañía, en caso que dicha falla no sea resuelta a la brevedad. Una interrupción podría ser causada por varios factores, como huelgas, motines y otros que escapan a nuestro control.

#### ***3.4.3.13 Si no somos capaces de proteger nuestros sistemas de información contra la corrupción de datos, ataques cibernéticos o violaciones a nuestra red de seguridad nuestras operaciones podrían verse interrumpidas.***

Somos cada vez más dependientes de las redes y sistemas de tecnología de la información, incluyendo Internet, para procesar, transmitir y almacenar información electrónica. En especial, dependemos de nuestra infraestructura de tecnología de la información para actividades de marketing digital y comunicaciones electrónicas entre la Compañía y sus clientes, proveedores y también entre nuestras filiales. Las violaciones a la seguridad de esta infraestructura podrían ocasionar interrupciones y cortes del sistema o la revelación no autorizada de información confidencial. Si no somos capaces de evitar dichas violaciones nuestras operaciones podrían verse interrumpidas o podríamos experimentar un perjuicio o pérdida financiera debido a la pérdida de información indebidamente apropiada.

#### ***3.4.3.14 Las posibles restricciones a la venta y promoción de bebidas alcohólicas y otros productos alimenticios en Chile podrían afectarnos en forma negativa.***

Los senadores y diputados de distintos partidos políticos han presentado al Congreso proyectos para restringir el consumo, venta y promoción de bebidas alcohólicas. Las principales modificaciones propuestas en dichos proyectos son la incorporación de advertencias en las etiquetas de los productos sobre los posibles daños causados por el consumo excesivo de alcohol sobre la salud humana, similares a las exigidas en los Estados Unidos, restricciones a la publicidad por televisión y la prohibición de bebidas alcohólicas en eventos deportivos, culturales o relacionados.

El 15 de marzo de 2012 el Congreso promulgó la Ley 20.580, la que modifica el límite al contenido de alcohol en la sangre al conducir, reduciendo dicho límite de menos de 0,5 g/L a menos de 0,3 g/L, lo que ya ha causado un impacto en el nivel de consumo de bebidas alcohólicas y, por lo tanto, a nuestro negocio.

El 6 de julio de 2012 se promulgó la Ley N° 20.606 sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad, cuyo alcance y efectos será conocido una vez que el Ministerio de Salud dicte el reglamento necesario para su aplicación.

Si otros proyectos propuestos son aprobados, u otras regulaciones que restrinjan la venta de bebidas alcohólicas o de confites, ello podría afectar el consumo de nuestros productos y, como consecuencia, impactar nuestro negocio en forma negativa.

#### ***3.4.3.15 El incumplimiento por parte de la CCU de las normativas medio ambientales aplicables podría afectar negativamente su negocio y reputación.***

Las operaciones de CCU están sujetas a normativas medioambientales a nivel local, nacional e internacional. Dichas normativas cubren, entre otras cosas, emisiones, ruidos, la eliminación de

residuos sólidos y líquidos, y otras actividades inherentes a nuestra industria. A futuro nuestras operaciones y resultados financieros podrían variar a consecuencia de dichas normativas. El cumplimiento de esas normativas u otras nuevas o existentes que puedan aplicársenos a futuro podría incrementar su base de costos y afectar negativamente las operaciones y resultados financieros de la Sociedad. Además, el incumplimiento de dichas normativas podría afectarle de diversas maneras, entre ellas, los efectos adversos que pueda sufrir la reputación de la Sociedad.

***3.4.3.16 Nuestros negocios están afectados a distintos derechos, especialmente impuestos indirectos sobre el consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.***

El impuesto indirecto sobre la cerveza en Argentina es de un 8,7% y en Chile dicho impuesto corresponde a un 15% para la cerveza y el vino, un 27% para los licores y un 13% para las bebidas no alcohólicas. Un aumento en la tasa de dichos impuestos o de cualquier otro podría afectar en forma negativa nuestras ventas y rentabilidad.

***3.4.3.17 Las fluctuaciones del peso podrían afectar nuestra rentabilidad.***

Como compramos algunos de nuestros suministros a precios fijados en dólares y exportamos vino en dólares, euros y libras, estamos expuestos a los riesgos por tipo de cambio que podrían afectar en forma negativa nuestra posición financiera y resultados operacionales. Por lo tanto, cualesquiera cambios futuros en el valor del peso comparado con dichas monedas podría afectar los ingresos de nuestro negocio de exportación de vino, además del costo de varias de nuestras materias primas, especialmente en los negocios de la cerveza y bebidas, en que las materias primas se compran en dólares. El efecto de dicha variación en el tipo de cambio sobre los ingresos por exportaciones siempre tendrá un efecto opuesto sobre el costo de la materia prima en términos de pesos.

***3.4.3.18 Eventos catastróficos en los mercados en que operamos podrían tener un efecto negativo significativo sobre nuestra posición financiera.***

Los desastres naturales, el cambio climático, el terrorismo, las pandemias, huelgas u otros eventos catastróficos podrían impedir nuestra capacidad de fabricar, distribuir o vender nuestros productos. El no tomar las medidas adecuadas para mitigar la probabilidad o el posible impacto de dichos eventos, o no manejarlos en forma efectiva si se producen, podría afectar en forma negativa nuestro volumen de ventas, el costo de la materia prima, las ganancias y podría tener un efecto significativo sobre nuestro negocio, los resultados operacionales y la posición financiera.

***3.4.3.19 Si no somos capaces de mantener la imagen y calidad de nuestros productos, nuestros resultados financieros podrían verse afectados.***

La imagen y calidad de nuestros productos es esencial para el éxito y el desarrollo de la Compañía. Los problemas de calidad podrían empañar la reputación de nuestros productos y podrían afectar en forma negativa los ingresos de la Compañía.

***3.4.3.20 Si no somos capaces de financiar nuestras operaciones podríamos vernos afectados.***

Una crisis global de liquidez o un aumento en las tasas de interés podría eventualmente limitar nuestra capacidad para obtener el efectivo necesario para cumplir con nuestros compromisos. Las ventas también podrían verse afectadas por un trastorno global si el consumo disminuye en forma marcada, ejerciendo presión sobre la posición de caja de la Compañía.

#### 4. ANTECEDENTES FINANCIEROS

(a) Descripción y análisis:

Las cifras han sido expresadas en miles de pesos de cada año. Los antecedentes financieros de CCU se encuentran disponibles en el sitio de Internet de la Superintendencia de Valores y Seguros.

(b) Cuadro comparativo:

**Estado Consolidado de Situación Financiera Clasificado** (miles de pesos)

	Dic-11	Dic-12	Mar-12 <sup>6</sup>	Mar-13
Total Activos Corrientes	541.391.353	495.888.036	515.765.332	464.775.981
Total Activos No Corrientes	756.973.157	830.559.704	764.796.349	837.683.763
<b>Total Activos</b>	<b>1.298.364.510</b>	<b>1.326.447.740</b>	<b>1.280.561.681</b>	<b>1.302.459.744</b>
Total Pasivos Corrientes	362.552.573	314.529.616	320.064.247	345.017.766
Total Pasivos No Corrientes	251.026.275	301.399.838	263.827.223	231.570.149
<b>Total Pasivos</b>	<b>613.578.848</b>	<b>615.929.454</b>	<b>583.891.470</b>	<b>576.587.915</b>
Subtotal patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	568.975.937	613.219.679	580.938.774	628.102.661
Participaciones no controladoras	115.809.725	97.298.607	115.731.437	97.769.168
<b>Total Patrimonio</b>	<b>684.785.662</b>	<b>710.518.286</b>	<b>696.670.211</b>	<b>725.871.829</b>

**Estado Consolidado de Resultados Integrales por Función** (miles de pesos)

	Dic-11	Dic-12	Mar-12 <sup>7</sup>	Mar-13
Ingresos por ventas	969.550.671	1.075.689.894	281.479.623	304.100.115
Costo de ventas	(447.861.535)	(493.087.247)	(125.641.296)	(129.916.127)
Margen bruto	521.689.136	582.602.647	155.838.327	174.183.988
Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales	195.827.611	176.710.190	54.793.842	57.840.360
Resultado No Operacional <sup>8</sup>	(15.829.664)	(15.599.960)	(3.389.085)	(4.290.472)
Utilidad (pérdida) antes de impuestos	179.997.947	161.110.230	51.404.757	53.549.888
<b>Utilidad (pérdida) del ejercicio</b>	<b>134.802.201</b>	<b>123.976.900</b>	<b>42.082.990</b>	<b>42.102.083</b>
<b>Utilidad (pérdida) atribuible a:</b>				
Propietarios de la controladora	122.751.594	114.432.733	40.224.881	40.315.414
Participaciones no controladoras	12.050.607	9.544.167	1.858.109	1.786.669

**Estado Consolidado de Flujos de Efectivo** (miles de pesos)

	Dic-11	Dic-12	Mar-12 <sup>9</sup>	Mar-13
Flujos de Efectivo Procedentes de (Utilizados en) Actividades de Operación	167.728.881	138.844.747	61.032.283	56.304.294
Flujos de Efectivo Procedentes de (Utilizados en) Actividades de Inversión	(76.239.630)	(134.340.376)	(19.937.223)	(24.100.934)
Flujos de Efectivo Procedentes de (Utilizados en) Actividades de Financiación	(65.238.251)	(80.167.285)	(24.516.398)	(27.951.945)
Incremento Neto (Disminución) en el Efectivo y Equivalentes al Efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio	26.251.000	(75.662.914)	16.578.662	4.251.415
Efectos de las variaciones en la tasa de cambio sobre el Efectivo y Equivalentes al Efectivo	157.506	(65.569)	(164.990)	(1.214.528)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Saldo Inicial	151.657.252	178.065.758	178.065.754	102.337.275
Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Saldo Final	178.065.758	102.337.275	194.479.426	105.374.162

<sup>6</sup> Las cifras a marzo 2012, corresponden a cifras presentadas en los Estados Financieros consolidados al 31 de marzo 2012.

<sup>7</sup> Las cifras a marzo 2012, corresponden a cifras presentadas en los Estados Financieros consolidados al 31 de marzo 2013.

<sup>8</sup> Resultado No Operacional = Ingresos financieros + Costos financieros + Participación en utilidad (pérdida) de negocios conjuntos y asociadas contabilizados por el método de la participación + Diferencias de cambio + Resultado por unidades de reajuste.

<sup>9</sup> Las cifras a marzo 2012, corresponden a cifras presentadas en los Estados Financieros consolidados al 31 de marzo 2013.

(c) Razones financieras:

	Dic-11	Dic-12	Mar-12 <sup>10</sup>	Mar-13 <sup>10</sup>
Liquidez Corriente <sup>11</sup>	1,49x	1,58x	1,56x	1,35x
Razón de Endeudamiento <sup>12</sup>	1,08x	1,00x	1,00x	0,92x
Razón de Endeudamiento Financiero <sup>13</sup>	0,38x	0,37x	0,35x	0,35x
Proporción deuda corto plazo / deuda total <sup>14</sup>	59,1%	51,1%	56,6%	59,8%
Proporción deuda largo plazo / deuda total <sup>15</sup>	40,9%	48,9%	43,4%	40,2%
Rentabilidad del Activo (ROA) <sup>16</sup>	10,3%	8,7%	3,5%	3,1%
Margen de Utilidad <sup>17</sup>	13,90%	11,53%	14,95%	13,84%
Rentabilidad del patrimonio (ROE) <sup>18</sup>	23,2%	19,4%	8,0%	6,7%
Utilidad por acción (en pesos) <sup>19</sup>	\$385,40	\$359,28	\$126,29	\$126,58

<sup>10</sup> Las Razones Financieras de Mar-12 y Mar-13 han sido calculadas para los períodos de Dic-11 a Mar-12 y Dic-12 a Mar-13 respectivamente

<sup>11</sup> Liquidez Corriente = Total Activos Corrientes / Total Pasivos Corrientes

<sup>12</sup> Razón de Endeudamiento = Total Pasivos / Total Patrimonio atribuible a los tenedores de acciones

<sup>13</sup> Razón de Endeudamiento Financiero = Pasivos Financieros / Total Patrimonio.

Pasivos Financieros = Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes

<sup>14</sup> Proporción deuda corto plazo / deuda total = Pasivos corrientes / Total Pasivos

<sup>15</sup> Proporción deuda largo plazo / deuda total = Pasivos no corrientes / Total Pasivos

<sup>16</sup> Rentabilidad del Activo (ROA) = Utilidad (pérdida) Tenedores de acciones / Total Activos promedio

<sup>17</sup> Margen de Utilidad = Utilidad (pérdida) del ejercicio / Ingresos por ventas

<sup>18</sup> Rentabilidad del Patrimonio (ROE) = Utilidad (pérdida) Tenedores de acciones / Patrimonio atribuible a los Tenedores de acciones promedio

<sup>19</sup> Utilidad por acción = Utilidad (pérdida) atribuible a propietarios de la controladora / Número promedio ponderado de acciones del período

## 5. PROPIEDAD Y CONTROL

5.1 Controlador: El controlador de CCU es Inversiones y Rentas S.A. (“IRSA”), quien posee directa o indirectamente el 66,11% del capital accionario. IRSA directamente posee 196.421.725 acciones, que representan el 61,67% del capital social. IRSA es una sociedad anónima chilena inscrita en el Registro de Entidades Informantes con el N° 29 cuyos accionistas son las sociedades Quiñenco S.A. y Heineken Chile Limitada, las cuales poseen cada una de ellas el 50% del capital accionario. IRSA indirectamente, a través de su filial Inversiones IRSA Limitada, posee 14.146.707 acciones, que representan el 4,44% del capital social.

Las acciones de Quiñenco S.A. son de propiedad en un 81,3% de las sociedades Andsberg Inversiones Limitada, Ruana Copper A.G. Agencia Chile, Inversiones Orengo S.A., Inversiones Consolidadas S.A., Inversiones Salta S.A., Inmobiliaria e Inversiones Río Claro S.A. e Inversiones Río Claro Limitada

La fundación Luksburg Foundation tiene indirectamente un 100% de los derechos sociales en Andsberg Inversiones Limitada, el 100% de los derechos sociales en Ruana Copper A.G. Agencia Chile y un 99,76% de las acciones de Inversiones Orengo S.A.

Don Andrónico Luksic Craig, R.U.T. 6.062.786-K, y familia tienen el control del 100% de las acciones de Inversiones Consolidadas S.A. y de Inversiones Salta S.A. La sucesión de don Guillermo Antonio Luksic Craig tiene el control del 100% de las acciones de Inmobiliaria e Inversiones Río Claro S.A. e Inversiones Río Claro Limitada No existe un acuerdo de actuación conjunta entre los controladores de Quiñenco S.A.

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 holandesa filial de la sociedad L'Arche Green N.V. la cual es filial de L'Arche Holdings S.A., esta última controlada por la familia Heineken. La propietaria del 99% de las acciones de L'Arche Holdings S.A. es la señora C.L. de Carvalho-Heineken.

Los socios de IRSA (Quiñenco S.A. y grupo Schörghuber) suscribieron un Pacto de Accionistas con fecha 14 Abril 1994, modificado posteriormente con fecha 13 enero 2003 cuando Heineken NV adquirió los derechos del grupo Schörghuber, el que se encuentra registrado en IRSA.

5.2 Accionistas mayoritarios: No hay.

5.3 Doce mayores accionistas: Al 30 de junio de 2013

	<b>Accionista</b>	<b>Participación</b>
1.	INV Y RENTAS S A	61,67%
2.	J P MORGAN CHASE BANK SEGUN CIRCULAR	11,63%
3.	BANCO DE CHILE POR CUENTA DE TERCEROS NO RESIDENTES	7,28%
4.	BANCO ITAU POR CUENTA DE INVERSIONISTAS	5,81%
5.	INV IRSA LTDA	4,44%
6.	BANCO SANTANDER POR CUENTA DE INV EXTRANJEROS	1,96%
7.	BANCHILE C DE B S A	0,77%
8.	LARRAIN VIAL S A CORREDORA DE BOLSA	0,50%
9.	BANCO SANTANDER-HSBC BANK PLC LONDON CLIENT ACCOUN	0,39%
10.	CELFIN CAPITAL S A C DE B	0,27%
11.	BANCO SANTANDER-HSBC GLOBAL CUSTODY CLIENTS S/C	0,24%
12.	AFP PROVIDA S A PARA FDO PENSION C	0,21%
		<b>95,17%</b>

5.4 Número total de accionistas: 4.538. Al 30 de junio de 2013

## 6. ADMINISTRACIÓN

### 6.1 Directorio:

	<b>Nombre</b>	<b>C.N.I. N°</b>
1.	Andrónico Luksic Craig	6.062.786-K
2.	John Ross Nicolson	48.120.888-2
3.	Vittorio Corbo Lioi	4.965.604-1
4.	Pablo Granifo Lavín	6.672.382-9
5.	Carlos Molina Solis	48.159.144-9
6.	Manuel José Noguera Eyzaguirre	5.894.519-6
7.	Philippe Pasquet	48.090.105-3
8.	Francisco Pérez Mackenna	6.525.286-4
9.	Jorge Luis Ramos Santos	48.147.062-5

### 6.2 Comité de directores:

	<b>Nombre</b>	<b>C.N.I. N°</b>
1.	Vittorio Corbo Lioi	4.965.604-1
2.	Philippe Pasquet	48.090.105-3
3.	Francisco Pérez Mackenna	6.525.286-4

### 6.3 Ejecutivos principales:

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>C.N.I. N°</b>	<b>Profesión</b>	<b>Fecha Designación</b>
Patricio Jottar Nasrallah	Gerente General	7.005.063-3	Ingeniero Comercial	1° de julio 1998
Roelf Duursema	Contralor General	21.694.367-8	Ingeniero Mecánico-Master en Economía	1° de enero de 2005
Ricardo Reyes Mercandino	Gerente Corporativo de Administración y Finanzas	7.403.419-5	Ingeniero Civil de Industrias	7 de julio de 2005
Marisol Bravo Léniz	Gerente de Asuntos Corporativos	6.379.176-8	Ingeniero Comercial	1° de junio de 1994
Pablo De Vescovi Ewing	Gerente Corporativo de Recursos Humanos	6.284.493-0	Ingeniero Comercial	7 de septiembre de 1998
Hugo Ovando Zalazar	Gerente Corporativo de Desarrollo y Gerente General de Compañía Pisquera de Chile S.A.	7.109.694-7	Ingeniero Comercial	1° de junio de 2013 y 1° de mayo de 2010
Marcela Achurra González	Gerente de Asuntos Legales	9.842.299-4	Abogado	1° de febrero de 2005
Pedro Herane Aguado	Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.	11.677.304-K	Ingeniero Comercial	1° de abril de 2013
Francisco Diharasarri Domínguez	Gerente General Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	7.034.045-3	Ingeniero civil industrial	1° de octubre de 2003
Rene Van Der Graaf	Gerente General Cervecera CCU Chile Limitada	23.803.476-0	Administrador de Empresas	4 de agosto de 2011
Fernando Sanchis	Gerente General Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	14.477.334 (DNI ARGENTINO)	Contador Público	15 de mayo de 1995
Stephen Koljatic Arcos	Gerente General filiales en Uruguay	12.033.075-6	Ingeniero Comercial	13 de septiembre de 2012

### 6.4 Planes de incentivo: La Compañía otorga a los gerentes, ejecutivos principales y a otros ejecutivos, bonos anuales de carácter facultativo, discrecional y variable, no contractual, que se asignan sobre la

base del grado de cumplimiento de metas individuales y corporativas, y en atención a los resultados del ejercicio. No existen planes de compensación basados en opciones sobre acciones.

## **7. INFORMACIÓN RELATIVA A LAS ACCIONES Y A LOS DERECHOS QUE ELLAS CONFIEREN**

### **7.1 Capital y acciones:**

- (a) Capital suscrito y pagado: 318.502.872 acciones.
- (b) Número de acciones suscritas y pagadas: 318.502.872 acciones, todas ordinarias, de una única serie, sin valor nominal.

### **7.2 Series de acciones:** El capital se divide en acciones ordinarias. No hay series de acciones.

### **7.3 Relación entre accionistas, acreedores y otros tenedores de valores:** No existen contratos, pactos, acuerdos o convenciones que alteren las disposiciones legales y reglamentarias que regulan la relación entre los derechos de los accionistas, acreedores y otros tenedores de valores emitidos o por emitir por la Sociedad. La Sociedad no ha emitido bonos convertibles en acciones.

### **7.4 Clasificación de riesgo:**

- (a) Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada: Primera Clase Nivel 1.
- (b) ICR Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada: Primera Clase Nivel 1.

## **8. ANTECEDENTES LEGALES DE LA EMISIÓN DE ACCIONES**

### **8.1 Junta de accionistas:** El aumento de capital fue aprobado por junta extraordinaria de accionistas de fecha 18 de junio de 2013, la que fue reducida a escritura pública con fecha 18 de junio de 2013 en la Notaría de Santiago de don Eduardo Javier Diez Morello, domiciliada en calle Morandé 243, ciudad y comuna de Santiago.

### **8.2 Publicación e inscripción extracto:** El extracto de la escritura antes citada fue inscrito a fojas 48.216, n° 32.190, el 24 de junio de 2013 en el Registro de Comercio de Santiago, en la ciudad de Santiago; y fue publicado en el Diario Oficial N° 40.593 con fecha 25 de junio de 2013.

## **9. CARACTERÍSTICAS DE LA EMISIÓN**

### **9.1 Emisión:**

- (a) Monto máximo de la emisión: Hasta \$340.000.000.000.
- (b) Número total de acciones a emitir con cargo al aumento de capital: 51.000.000 de acciones de pago, ordinarias, de una misma y única serie.
- (c) Porcentaje esperado acciones a emitir / total acciones post colocación: 13,80%
- (d) Porcentaje esperado dispersión post colocación: 13,80%

### **9.2 Valor nominal acciones:** No tienen.

### **9.3 Precio de colocación:** El Directorio quedó facultado por la junta extraordinaria de accionistas del día 18 de junio de 2013 para efectuar la fijación del precio de colocación de estas acciones, conforme a la norma contenida en el inciso segundo del artículo 23 del Reglamento de Sociedades Anónimas, y descrita en la sección 10.3 del presente prospecto.

### **9.4 Plazo de colocación y forma de pago:** Las 51.000.000 de acciones de pago deberán ser emitidas, suscritas y pagadas dentro del plazo máximo que vence el 18 de junio de 2016. Dichas acciones de pago pueden ser emitidas por el Directorio de una sola vez y por el total de las acciones, o bien por parcialidades, según lo decida el propio Directorio, al que le quedaron conferidas al efecto amplias

facultades; y una vez inscrita la respectiva emisión de acciones que se acuerde con cargo a este aumento de capital en el Registro de Valores de la Superintendencia, el Directorio podrá, asimismo, colocar las acciones así registradas de una sola vez o bien por parcialidades, entre los accionistas de la Sociedad o cesionarios de las opciones y/o terceros

El valor de las acciones de pago que se emitan debe ser enterado al contado en el acto de su suscripción, ya sea en efectivo, vale vista bancario, cheque, transferencia electrónica de fondos o cualquier otro instrumento o efecto representativo de dinero pagadero a la vista.

9.5 Uso de fondos: Los fondos que se obtengan con esta emisión de acciones se destinarán, además de la propia generación de fondos del negocio, a financiar el crecimiento que considera la estrategia de CCU, tanto (i) orgánico (negocios actuales) incluyendo inversiones para aumento de capacidad, compra de maquinaria, equipos, empaques y activos de marketing e inversión en centros de distribución y tecnología, como (ii) inorgánico (nuevos negocios), obteniendo los recursos suficientes para financiar la expansión y crecimiento que contempla la mencionada estrategia, buscando además preservar la solidez financiera del balance de la Sociedad.

Para enfrentar este crecimiento orgánico, la Sociedad contempla un plan de inversiones para el período 2013-2016 por un monto en torno a los 600 mil millones de pesos. Entre el 2017 y el 2020, un monto aproximado de otros 600 mil millones de pesos. Si consideramos adicionalmente un aumento de capital de trabajo de aquí hasta el 2020 por 150 mil millones de pesos, el total del plan de inversiones para aumento de capacidad (en nuevas plantas o en plantas existentes), compra de maquinarias y equipos, empaques, activos de marketing, inversión en centros de distribución y tecnología, y el correspondiente capital de trabajo, ascendería a 1.350 mil millones de pesos aproximadamente.

Por otro lado, las fuentes de crecimiento inorgánicas, que pueden variar, en tamaño y en ejecución, son crecer en los negocios principales actuales (cervezas y bebidas sin alcohol) junto con los siguientes crecimientos en negocios que son sinérgicos y que potencian a los anteriores:

1. Ingresar en nuevos mercados vecinos con foco en nuestros negocios principales
2. Desarrollar la multicategoría en Argentina y Uruguay
3. Entrar en el negocio de los productos lácteos en Chile.
4. Participar del mercado de los polvos instantáneos (ready to mix), como jugos en polvo, café, té, sopas, leche en polvo entre otros.
5. Aumentar nuestra participación en el mercado de alimentos (ready to eat) en Chile.

Se anexa un cuadro ilustrativo que detalla el plan de inversiones para el período 2013-2020, el cual excluye el capital de trabajo; este cuadro se ha construido en base a estimaciones internas, por lo cual las cifras y localidades pueden sufrir cambios dependiendo de las condiciones de mercado y las necesidades sobrevinientes de CCU.

Cifras en millones de pesos

UNIDAD	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total
<b>CCU Chile</b>	Temuco Santiago	Temuco	Antofagasta/ Santiago	Santiago		Antofagasta		Antofagasta	<b>336.697</b>
<b>Eccusa</b>	Temuco		Santiago	Rancagua	Rancagua Watts	Rancagua		Antofagasta/ Temuco	<b>294.000</b>
<b>Transportes CCU y Otros (1)</b>	Llay-Llay Santiago Sur	Cervecera, Melipilla	Cervecera, Rancagua	Santiago Sur	Modula	Puente Alto Talcahuano	Puente Alto Melipilla	Llay-Llay Pto. Montt	<b>259.711</b>
<b>CCU Argentina</b>	Luján	Luján	Luján, Ciudad y Pilar	Luján, Ciudad y Pilar					<b>206.128</b>
<b>VSPT</b>				Molina					<b>76.836</b>
<b>CPCh</b>					Ovalle				<b>26.031</b>
<b>Inversiones</b>	<b>176.515</b>	<b>112.168</b>	<b>178.539</b>	<b>118.575</b>	<b>167.246</b>	<b>212.383</b>	<b>115.102</b>	<b>118.874</b>	<b>1.199.403</b>
	<b>585.797 (≈ 600.000)</b>				<b>613.605 (≈ 600.000)</b>				

(1) Otros considera inversiones de Plasco, Comercial CCU y las unidades de apoyo corporativo.

## 10. DESCRIPCIÓN DE LA COLOCACIÓN

- 10.1 Número de acciones: 51.000.000 de acciones de pago de primera emisión. No se contempla colocar acciones en circulación.
- 10.2 Tipo de colocación: La colocación se efectuará a través de J.P. Morgan Corredores de Bolsa SpA, LarrainVial S.A. Corredora de Bolsa y Banchile Corredores de Bolsa S.A.

No existe relación entre el emisor y los intermediario distinta de la originada por el contrato de colocación, a excepción de que Banchile Corredores de Bolsa S.A. y la Sociedad, son personas relacionadas de conformidad a lo dispuesto por el artículo 100 de la Ley de Mercado de Valores, al pertenecer al mismo grupo empresarial.

- 10.3 Procedimiento: La colocación se hará al “mejor esfuerzo” o “best efforts”, es decir, no existe entre la Sociedad y los agentes colocadores, acuerdo alguno para efectos de asegurar el éxito de la colocación de acciones.

### Oferta Preferente:

Las 51.000.000 de acciones de pago a colocarse serán ofrecidas en forma preferente y por el plazo de 30 días contados desde la publicación del aviso de opción preferente, a los accionistas que se encuentren inscritos en el Registro de Accionistas a la medianoche del quinto día hábil anterior a la fecha de publicación del aviso de opción preferente, a prorrata de las acciones que posean inscritas a su nombre a dicha fecha. La colocación se hará tanto en Chile como en el extranjero. Los accionistas con derecho a suscribir las acciones o sus cesionarios deberán manifestar su intención de suscribirlas, por escrito, dentro del plazo de 30 días contado desde que se publique el aviso ordenado por el artículo 26 del Reglamento de Sociedades Anónimas. Si un accionista o cesionario de la opción nada expresare durante el período de opción preferente, se entenderá que renuncia al derecho de suscribirlas. Los accionistas podrán renunciar o ceder su derecho a suscribir las acciones, respecto de todo o parte de ellas.

El derecho preferente de suscripción es esencialmente renunciable y transferible dentro del plazo de 30 días señalado precedentemente. La transferencia de las opciones debe hacerse mediante escritura privada firmada por el cedente y el cesionario ante dos testigos mayores de edad o ante corredor de bolsa o ante notario público, o por escritura pública suscrita por el cedente y el cesionario. La cesión sólo producirá efecto respecto de la Sociedad y de terceros una vez que ésta tome conocimiento de la misma, en vista del documento en el que consta la cesión y del respectivo certificado de derecho a la opción, en el caso que este último hubiera sido emitido y retirado de la Sociedad.

La Sociedad pondrá a disposición de los accionistas o cesionarios que lo soliciten, certificados en que consten los derechos preferentes de suscripción que posean. Estos serán emitidos a más tardar el día hábil subsiguiente a aquel en que reciba la respectiva comunicación y podrán ser retirados en el Departamento de Acciones de la Sociedad, ubicado en calle Huérfanos 770, piso 22, Santiago, Santiago, entre las 9:00 y 17:00 horas. Cualquier otro antecedente respecto al procedimiento de transferencia del derecho puede ser consultado directamente a la Sociedad.

### Colocación:

El precio a que serán ofrecidas estas acciones será determinado por el Directorio en base al mejor esfuerzo a través de una Subasta de un Libro de Órdenes (en adelante el “Precio de Colocación”), de acuerdo con lo dispuesto en la Sección 2.4A del Manual de Operaciones en Acciones de la Bolsa de Comercio de Santiago, Bolsa de Valores (en adelante la “Bolsa de Comercio”).

Conforme a las prácticas habituales de mercado para colocaciones de acciones en Chile, la determinación del Precio de Colocación considerará la demanda que manifiesten los inversionistas, de acuerdo al siguiente procedimiento:

- (i) La Sociedad hará presentaciones a los eventuales inversionistas;

- (ii) La Sociedad informará a los agentes colocadores de la intención o decisión de cualquier accionista de renunciar a la opción preferente de suscripción de acciones, tan pronto llegue a su conocimiento;
- (iii) Los interesados en adquirir las acciones irán registrando sus pedidos con los agentes colocadores o con otros corredores de bolsa autorizados;
- (iv) Los agentes colocadores y los corredores de bolsa autorizados incluirán las órdenes recibidas en el sistema de Subasta de un Libro de Órdenes que administrará la Bolsa de Comercio;
- (v) El Directorio determinará libremente, de acuerdo con lo dispuesto en la ley, en el Manual de Operaciones en Acciones de la Bolsa de Comercio (en adelante, el “Manual”) y las facultades otorgadas al efecto por la junta extraordinaria de accionistas de la Sociedad, celebrada el 18 de junio de 2013, el Precio de Colocación y el porcentaje de asignación a cada segmento de mercado, en función de los parámetros ingresados previamente en la oferta. El Directorio podrá definir una asignación o prorrata diferenciada dentro de cada segmento, de acuerdo con lo establecido en el Manual; y
- (vi) El número de acciones que se asigne a cada inversionista se determinará en la forma y en los términos indicados en el Manual.

Las características y plazos de la Subasta de un Libro de Órdenes se publicitarán en la forma y los plazos establecidos en el Manual. De conformidad con el mismo procedimiento, se informará al mercado local si las ofertas de adquisición de acciones se recibirán solamente en las oficinas de los agentes colocadores o si éstas podrán ser canalizadas a través de las demás corredoras de bolsa y, en este último caso, si se pagarán comisiones y su monto por las órdenes ingresadas a través de otros corredores de bolsa distintos a los colocadores.

El Precio de Colocación será fijado por el Directorio el día del cierre del Libro de Órdenes en la Bolsa de Comercio y con anterioridad a la fecha de publicación del aviso ordenado por el artículo 26 del Reglamento de Sociedades Anónimas.

De tal forma, el Precio de Colocación será señalado en el aviso que da inicio al período de opción preferente, el que se publicará en el diario Estrategia.

Estas acciones deberán ser pagadas al contado en el acto de su suscripción, en dinero efectivo, cheque, vale vista bancario, transferencia electrónica de fondos o cualquier otro instrumento o efecto representativo de dinero pagadero a la vista.

Se hace presente que la Sociedad ha tomado conocimiento que su accionista controlador, IRSA, tiene la intención de ejercer su derecho de suscripción preferente por sólo 11.133.292 nuevas acciones de pago.

#### Acciones correspondientes a ADRs:

Con el objeto de ofrecer en Estados Unidos las opciones para suscribir acciones del aumento de capital, la Sociedad registraría ante la Securities and Exchange Commission de los Estados Unidos de América derechos de suscripción preferente y *American Depositary Shares* representativas de acciones de la Sociedad.

Los tenedores de certificados de depósito “*American Depositary Receipts*” emitidos contra acciones depositadas de la Sociedad deberán ejercer su derecho de suscripción preferente por intermedio de la entidad depositaria JP Morgan Chase Bank, N.A., de acuerdo a lo estipulado en el contrato de depósito modificado y refundido suscrito entre la Sociedad y dicha entidad depositaria con fecha 31 de julio de 2013.

- 10.4 Plazo de colocación: No se ha convenido con los intermediarios un plazo de colocación. De acuerdo a la junta extraordinaria de accionistas de fecha 18 de junio de 2013, el plazo máximo para colocar las acciones vence el 18 de junio de 2016.

- 10.5 Porcentaje mínimo de colocación: La junta extraordinaria de accionistas no fijó un porcentaje mínimo del total de acciones del emisor a colocar.
- 10.6 Procedimiento para acciones no suscritas: Las acciones no suscritas por los accionistas en ejercicio de su opción preferente, aquéllas cuyos derechos de opción preferente sean renunciados, total o parcialmente, pero que en definitiva no hayan sido suscritas dentro del período de opción preferente, y las correspondientes a fracciones producidas en el prorrateo entre los accionistas, podrán ser ofrecidas libremente por el Directorio a los accionistas y/o a terceros, ya sea en Chile o en el extranjero, desde el momento mismo en que tal renuncia sea comunicada a la Sociedad o sea conocida por la misma y en las oportunidades y cantidades que el mismo Directorio estime pertinentes, habiendo quedado facultado para determinar los procedimientos para ello, en la forma que establece la Ley de Sociedades Anónimas, su Reglamento y la normativa impartida al efecto por la Superintendencia de Valores y Seguros. A mayor abundamiento, y salvo que el Directorio resuelva otra cosa, las acciones cuyos derechos de opción preferente sean renunciados, total o parcialmente, por los accionistas que tengan derecho a los mismos, podrán ser ofrecidos por el Directorio en los términos antes indicados, desde el momento mismo en que tal renuncia sea comunicada a la Sociedad o sea conocida por la misma, sin necesidad de esperar que finalice el período legal de 30 días de opción preferente. En todo caso, la enajenación de las acciones a terceros no podría ser hecha en valores y condiciones más favorables que los de la oferta preferente a los accionistas con derecho a ella, sin perjuicio de lo dispuesto en el último inciso del artículo 29 del Reglamento de Sociedades Anónimas.