



Presentación Corporativa  
Compañía Cervecerías Unidas S.A.

Relación con Inversionistas

Noviembre, 2013



Las declaraciones realizadas en este documento que se relacionan con el desempeño futuro de CCU o resultados financieros son "declaraciones a futuro" dentro del significado de la Sección 27A de la Ley de Valores de los Estados Unidos (U.S. Securities Act) de 1933, con sus modificaciones, que no son declaraciones de hechos, e involucran incertidumbres que podrían hacer que el rendimiento futuro o resultados reales difieran sustancialmente. Las declaraciones a futuro incluyen, sin limitación, algún enunciado que puede predecir, indicar o implicar resultados futuros, desempeño o logros y pudiera contener palabras como "creer", "anticipar", "esperar", "prever", "podría resultar en", o cualesquiera otras palabras o expresiones similares.

Nuestras declaraciones a futuro no son garantías de rendimiento futuro y los resultados reales y otros desarrollos pueden diferir sustancialmente de las proyecciones expresadas en las declaraciones a futuro. En cuanto a las declaraciones a futuro que se refieren a resultados financieros futuros y otras proyecciones, los resultados reales pueden ser diferentes debido a la incertidumbre inherente a las estimaciones, previsiones y proyecciones. Debido a estos riesgos e incertidumbres, los inversores potenciales no deben confiar en estas declaraciones a futuro. Nuestros auditores independientes no han examinado ni han compilado las declaraciones a futuro y, en consecuencia, no ofrecen ninguna garantía con respecto a tales declaraciones. Ninguna declaración o garantía, expresa o implícita, es o será realizada por nosotros o cualquiera de nuestros afiliados o directivos o cualquier otra persona en cuanto a la exactitud o integridad de la información o las opiniones contenidas en este documento, y ninguna responsabilidad es o será aceptada por cualquier información u opiniones.

Aunque creemos que estas declaraciones a futuro y la información en este documento están basadas en las expectativas y suposiciones razonables, no podemos garantizar que dichas proyecciones resulten correctas. Las declaraciones a futuro representan las opiniones de CCU a la fecha de esta presentación y no deben entenderse como declaraciones y garantías de CCU en cualquier fecha posterior a la fecha de esta presentación, y por lo tanto no asumimos ninguna obligación de actualizar ninguna de estas declaraciones. Los oyentes no deben depositar una confianza indebida en estas declaraciones a futuro, pues dichas declaraciones y la información implican riesgos conocidos y desconocidos. Estas declaraciones deben ser consideradas en relación con la información adicional sobre riesgos e incertidumbres establecidos en el suplemento del prospecto de CCU en relación con la oferta, la memoria anual de CCU presentada ante la Superintendencia de Valores y Seguros de Chile (SVS) y en el 20-F de CCU para el año terminado en diciembre de 2012 y presentado ante la Comisión de Valores de los Estados Unidos (SEC).

Esta presentación y su contenido es información privada y no puede ser reproducida o difundida de manera alguna, ni en su totalidad o ni en parte, sin nuestro consentimiento previo y por escrito. Los destinatarios de esta presentación no deben interpretar el contenido de este resumen o tríptico como asesoramiento tributario, legal o de inversión y los beneficiarios deberán consultar a sus propios asesores.

Esta presentación no constituye ni forma parte de ninguna oferta o invitación o propuesta para vender o emitir, ni solicitud de oferta de compra o suscripción, de acciones u otros valores emitidos por nosotros, ni constituye en todo o una parte del mismo o el hecho de su distribución constituyen la base de, o puede ser invocada en relación con, por lo tanto, algún contrato.

Para más información con respecto a riesgos, incertidumbres y supuestos que pueden afectar nuestras proyecciones de rendimiento futuro, por favor consulte el prospecto correspondiente y los suplementos de prospecto preliminares presentados ante la SEC, incluyendo, sin limitación, las secciones tituladas "Factores de Riesgo" y "Declaraciones a Futuro".

-----  
La información contenida en esta publicación es una breve descripción de las características de la emisión y de la entidad emisora, no siendo ésta toda la información requerida para tomar una decisión de inversión. Mayores antecedentes se encuentran disponibles en la sede de la entidad emisora, en las oficinas de los intermediarios colocadores y en la Superintendencia de Valores y Seguros.

#### **Señor inversionista:**

Antes de efectuar su inversión usted deberá informarse cabalmente de la situación financiera de la sociedad emisora y deberá evaluar la conveniencia de la adquisición de estos valores.

El intermediario deberá proporcionar al inversionista la información contenida en el Prospecto presentado con motivo de la solicitud de inscripción al Registro de Valores, antes de que efectúe su inversión.

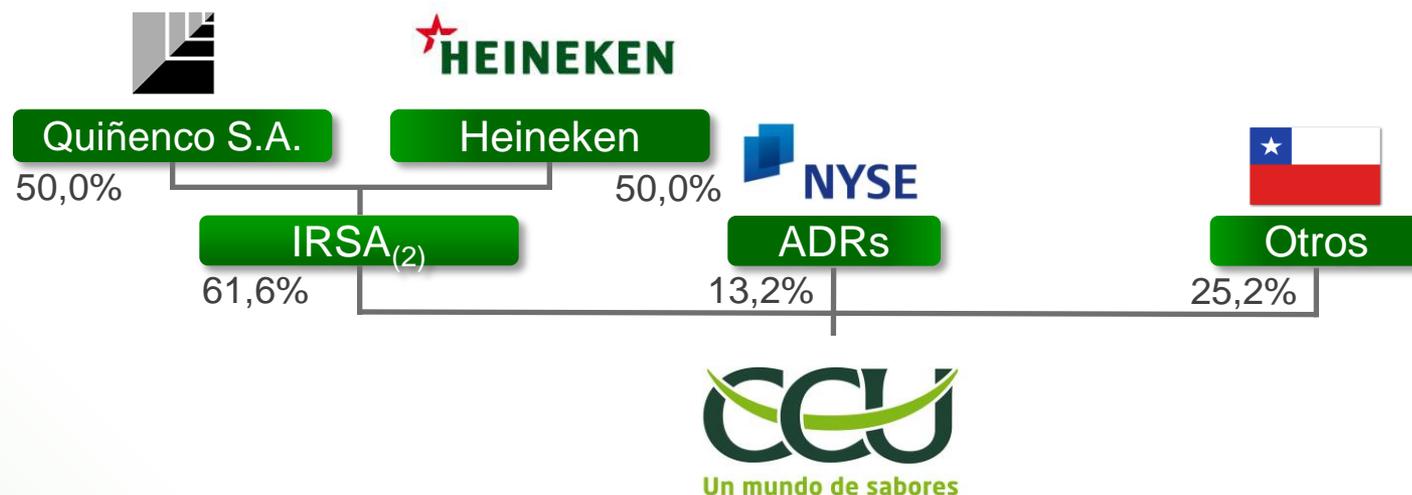
#### **Compañía Cervecerías Unidas S.A.**

Inscripción en el Registro de Valores N° 0007. Inscripción de la Emisión en el Registro de Valores N° 980 del 23 de julio de 2013

|           |                              |           |
|-----------|------------------------------|-----------|
| <b>1.</b> | <b>CCU Overview</b>          | <b>2</b>  |
| <b>2.</b> | Razones para invertir en CCU | <b>6</b>  |
| <b>3.</b> | Resultados                   | <b>27</b> |
| <b>4.</b> | Consideraciones finales      | <b>30</b> |

# 1. CCU Overview

## Estructura de Propiedad<sup>(1)</sup>



| Market Cap (Últimos 12 meses) |                    |
|-------------------------------|--------------------|
| Min <sup>(3)</sup>            | Max <sup>(4)</sup> |
| 4.093 MUSD                    | 5.526 MUSD         |

(1) Al 30 de Septiembre de 2013. Número de acciones: 341.875.612; (2) IIRSA es dueño directamente del 57,5% del patrimonio de CCU y de un 4,1% a través de una entidad propietaria en un 99,9% . No considera un remanente de 1.042.521 acciones por suscribir (3) Al 24 de junio de 2012 EV/EBITDA = 9.83 (4) Al 2 de mayo de 2013 EV/EBITDA = 11.95

# 1. CCU overview



- ▶ Compañía de bebestibles multicategoría que opera en Chile, Argentina y Uruguay, y que también exporta vino a más de 85 países
- ▶ Amplio portafolio de productos y marcas altamente reconocidas
- ▶ Cotiza en la Bolsa de Santiago (desde 1920)<sup>(3)</sup> y en el NYSE (desde 1999)<sup>(4)</sup>
- ▶ Tradición cervecera desde 1850

Indicadores al 30 de junio de 2013<sup>(1)</sup> (Últimos 12 meses)

**+** Volumen 20,8 millones HL

**+** Ventas Netas USD 2.216 millones

**+** EBITDA<sup>(2)</sup> USD 480 millones

**+** Margen EBITDA<sup>(2)</sup> 21,7 %



(1) Tipo de cambio al 30 de junio de 2013: CLP 507,16 /USD; (2) EBITDA es equivalente al ORBDA (Operating Result Before Depreciation y Amortization), usado en el formulario 20-F. En los últimos 12 meses CCU no ha tenido Ítems Excepcionales; (3) También listada en la Bolsa de Valparaíso y en la Bolsa Electrónica de Chile; (4) CCU estuvo listada en el NASDAQ desde 1992 hasta 1999

# 1. CCU overview



## Contribución por segmentos al 30 de junio de 2013 (Últimos 12 meses)<sup>(\*)</sup>



Chile<sup>(\*\*)</sup>

Río de la Plata

Vinos<sup>(1)</sup>

Otros<sup>(2)</sup>



|  | Total <sup>(3)</sup><br>(millones) | Cervezas Chile | Bebidas no alcohólicas | Licores | CCU Argentina | Uruguay <sup>(4)</sup> | VSPT |  |
|--|------------------------------------|----------------|------------------------|---------|---------------|------------------------|------|--|
|--|------------------------------------|----------------|------------------------|---------|---------------|------------------------|------|--|

|                                  |           |     |     |     |     |    |     |    |
|----------------------------------|-----------|-----|-----|-----|-----|----|-----|----|
| Volumen                          | 20,8 HL   | 26% | 43% | 1%  | 22% | 2% | 6%  | 0% |
| Ventas Netas                     | USD 2.216 | 30% | 28% | 6%  | 23% | 0% | 13% | 0% |
| EBITDA <sup>(5)</sup>            | USD 480   | 45% | 26% | 4%  | 14% | 0% | 7%  | 4% |
| Margen EBITDA <sup>(5)</sup> (%) | 21,7%     | 33% | 20% | 15% | 13% | -  | 12% | -  |

(\*\*) No consolida el 50% de la propiedad en Foods. La compañía tiene adicionalmente un 50% de participación en Nutrabien con una opción de compra por las acciones restantes.

(\*) Las cifras han sido redondeadas para sumar 100%. En una fecha a definir, los comunicados divulgarán sólo los segmentos de negocio: Chile, Río de la Plata y Vinos; (1) Incluye la subsidiaria argentina FLC; (2) Otros incluye: Unidades Estratégicas de Servicios (UES), Unidades de Apoyo Corporativo (UAC) ubicadas en la matriz y la eliminación de transacciones entre segmentos; (3) Tipo de cambio al 30 de junio de 2013: CLP 507,16 /USD; (4) Desde septiembre de 2012; (5) EBITDA es equivalente al ORBDA (Operating Result Before Depreciation y Amortization), usado en el formulario 20-F. En los últimos 12 meses CCU no ha tenido Items Excepcionales

|    |                                     |    |
|----|-------------------------------------|----|
| 1. | CCU Overview                        | 2  |
| 2. | <b>Razones para invertir en CCU</b> | 6  |
| 3. | Resultados                          | 27 |
| 4. | Consideraciones finales             | 30 |

# 2. Razones para invertir en CCU



# Empresa líder en la industria de bebestibles con marcas de alto valor...



## Líder en una amplia cartera de negocio<sup>(1)</sup>

|                              | Categoría principal                   | Ranking    | [Part. De Mercado (PM) / tendencia PM t-5 años] | Fuente                      | Marcas principales   |
|------------------------------|---------------------------------------|------------|---|-----------------------------|--|
| Chile                        | Cerveza                               | #1         | 79% ↓   | Estimaciones internas       | Escudo, CRISTAL, Heineken, Budweiser <sup>(5)</sup>                    |
|                              | Gaseosas                              | #2         | 25% ↑   | Nielsen                     | 7-Eleven, Pepsi, FANOLA DRY  |
|                              | Jugos / Promarca(*)                   | #2 / #1    | 32% / 43% ↑↑                                    | Nielsen                     | Watts  |
|                              | Agua Mineral                          | #1         | 58% ↓   | Nielsen                     | 7-Eleven, cachantun, FORVENIR  |
|                              | Agua Saborizada                       | #1         | 57% ↓   | Nielsen                     | 7-Eleven, Woman  |
|                              | Agua Purificada                       | #2         | 26% ↑   | Nielsen                     | 7-Eleven   |
|                              | HOD                                   | #1         | 53% ↑   | Estimaciones internas       | MANANTIAL  |
|                              | Bebidas deportivas                    | #1         | 60% ↓   | Nielsen                     | GATORADE   |
|                              | Ice Tea                               | #1         | 48% ↑   | Nielsen                     | 7-Eleven   |
|                              | Bebidas Energéticas                   | #3         | 11% ↓   | Nielsen                     | Adrenaline Rush  |
|                              | Pisco <sup>(2)</sup>                  | #1         | 52% ↑   | Nielsen                     | C, Mostal, CAMPANARIO SOUR   |
|                              | Ron <sup>(2)</sup>                    | #1         | 21% ↑   | Nielsen                     | SIERRA MORENA  |
| Otros licores <sup>(3)</sup> | #6 / #3                               | 7% / 18% ↑ | Nielsen   | CHIVAS REGAL, ABSOLUT VODKA |  |
| Rio de la Plata              | Cerveza CCU Argentina                 | #2         | 23% ↑   | Estimaciones internas       | Schneider, Heineken, Budweiser <sup>(5)</sup> , Ujorona <sup>(6)</sup> |
|                              | Sidra en Argentina                    | #1         | 35% ↑   | Nielsen                     | Real, 1888, LA VICTORIA  |
|                              | Cerveza Uruguay <sup>(4)</sup>        | #2         | 2% ↑  | Estimaciones internas       | Schneider, Heineken, Budweiser   |
|                              | Gaseosas Uruguay                      | #3         | 6% ↑  | Id Retail                   | 7-Eleven   |
|                              | Agua Uruguay                          | #2         | 17% ↑   | Id Retail                   | NATIVA   |
| Vino                         | Vino Doméstico Chile <sup>(2)</sup>   | #3         | 27% ↑   | Nielsen                     | MISIONES, 1865, VINA VEAR  |
|                              | Vino Exportación Chile <sup>(7)</sup> | #2         | 13% ↑   | Wines of Chile              | TARAPACA, Gato   |
|                              | Vino Argentina <sup>(7)</sup>         | #10        | 2% ↑  | Estimaciones internas       | LA CELLA   |

Respaldo bajo el endoso de la marca



(1) Cifras a diciembre 2012; (2) Información bimestral: años totales Dic-Ene 2011 – Oct-Nov 2012; (3) Incluye Vodka y Whisky. La columna de la derecha se refiere sólo al canal tradicional (excluye ventas en supermercados); (4) No incluye participación de mercado de Heineken (aprox. 1%), que comenzó su distribución en marzo de 2013; (5) Licencia hasta diciembre de 2015 en Chile y diciembre de 2025 en Argentina y Uruguay; (6) Licencia hasta diciembre de 2018 en Argentina; (7) Incluye sólo exportaciones de envasados; (\*) Promarca es un JV 50-50 entre CCU y Watts S.A, quien licencia sus marcas a ambas compañías

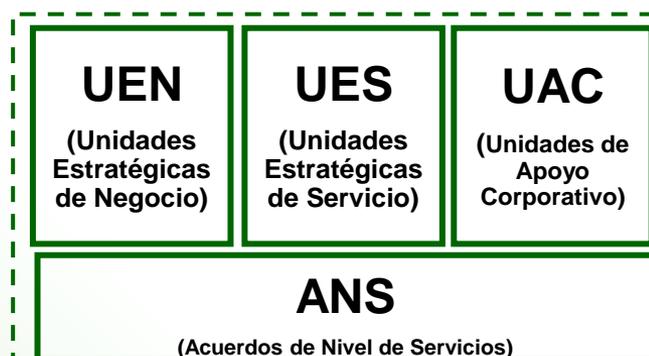
# ...que opera con un Modelo de Negocio único...



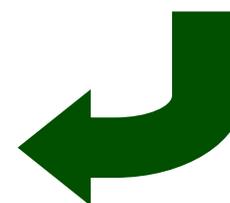
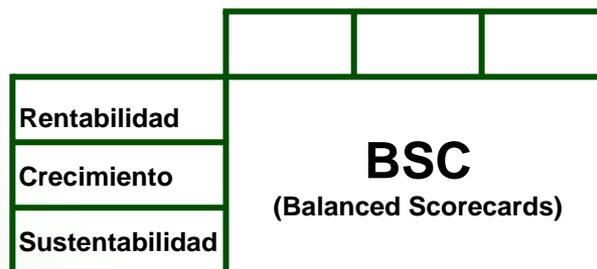
Basado en un Diseño Corporativo y Procesos Directivos con foco en Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad

## Modelo de Negocio

### DISEÑO CORPORATIVO



### PROCESOS DIRECTIVOS

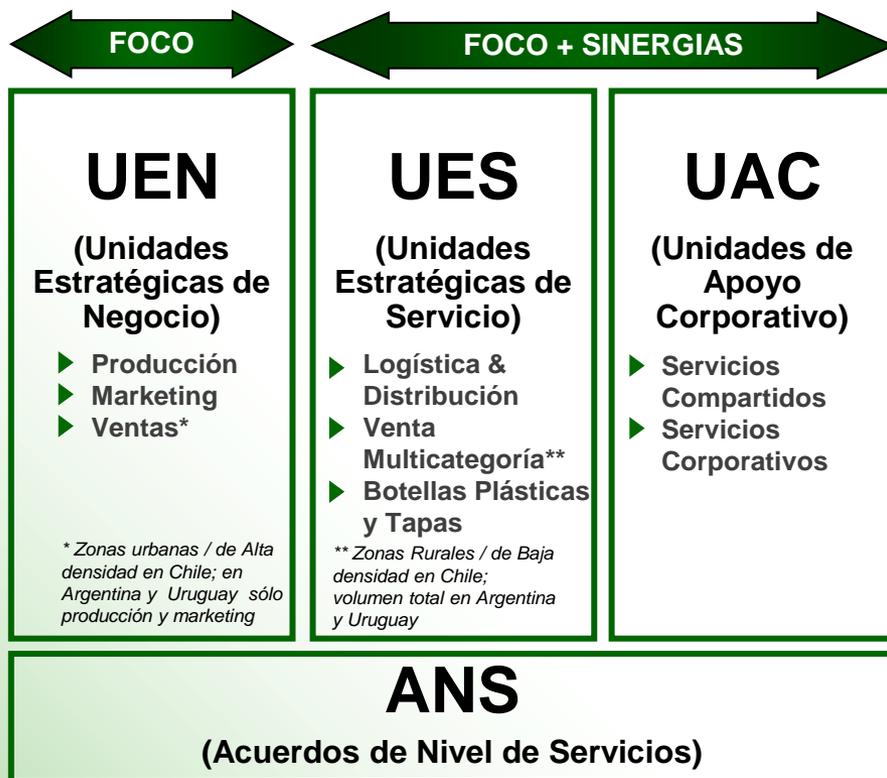


# ...que opera con un Modelo de Negocio único...

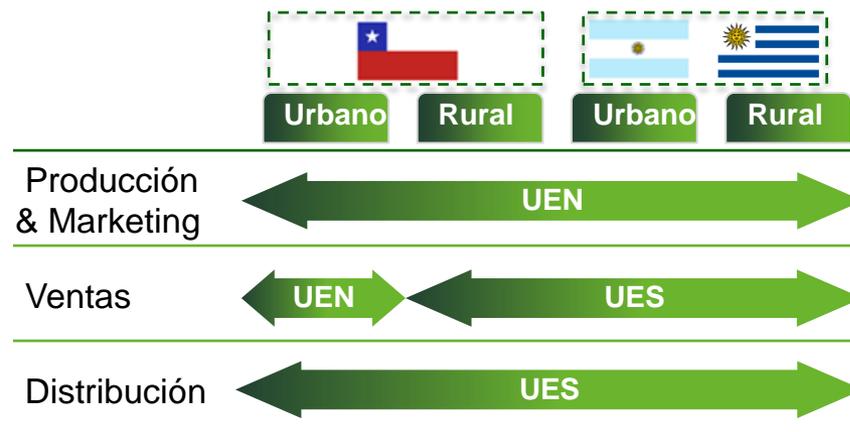


Que combina foco y sinergias en su operación multicategoría

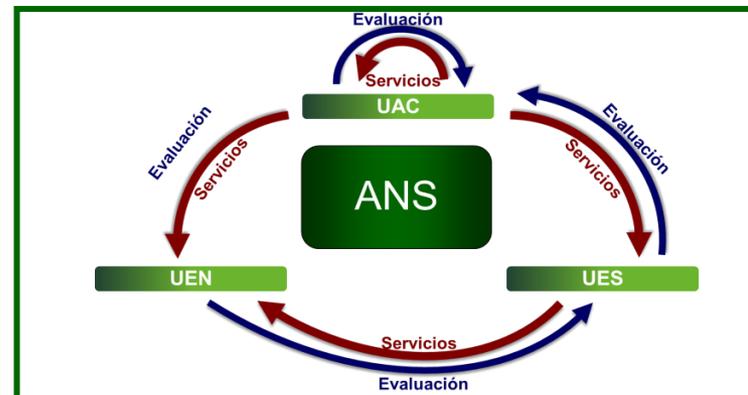
## Diseño Corporativo



## Actividad comercial y logística de distribución



## Acuerdos de Nivel de Servicios



# ...con fuerte presencia en mercados altamente atractivos.



Alto crecimiento del consumo per cápita, población y PIB en los mercados que operamos...

|   | <br><b>Chile</b> | <br><b>Argentina</b> | <br><b>Uruguay</b> | <br><b>EE.UU.</b> |
|---|---|---|--|--|
| <b>Litros per cápita<sup>(1)</sup></b>                    | <b>258</b>  | <b>343</b>  | <b>329</b>   | <b>516</b>   |
| <b>Variación litros per cápita (CAC 2002-2012)</b>        | <b>3,8%</b>   | <b>2,9%</b>   | <b>4,0%</b>  | <b>(0,4)%</b>  |
| <b>Crecimiento población <sup>(2)</sup> (CAC 2002-12)</b> | <b>1,0%</b>   | <b>1,0%</b>   | <b>0,2%</b>  | <b>0,9%</b>  |
| <b>Crecimiento PIB<sup>(3)</sup> (CAC 2002-12)</b>        | <b>4,7%</b>   | <b>7,1%</b>   | <b>5,2%</b>  | <b>1,6%</b>  |

**Alto potencial de crecimiento orgánico**

# ...con fuerte presencia en mercados altamente atractivos.



Alto crecimiento del consumo per cápita, población y PIB en los mercados que operamos...

|   | <br><b>Chile</b> | <br><b>Argentina</b> | <br><b>Uruguay</b> | <br><b>EE.UU.</b> |
|---|---|---|--|--|
| <b>Litros per cápita<sup>(1)</sup></b>                    | <b>258</b>  | 343   | 329  | 516  |
| <b>Variación litros per cápita (CAC 2002-2012)</b>        | <b>3,8%</b>   | 2,9%  | 4,0%   | (0,4)%   |
| <b>Crecimiento población <sup>(2)</sup> (CAC 2002-12)</b> | <b>1,0%</b>   | 1,0%  | 0,2%   | 0,9%   |
| <b>Crecimiento PIB<sup>(3)</sup> (CAC 2002-12)</b>        | <b>4,7%</b>   | 7,1%  | 5,2%   | 1,6%   |

**Alto potencial de crecimiento orgánico**

# ...con fuerte presencia en mercados altamente atractivos.



## Sólida participación de mercado en segmentos de alto crecimiento en Chile

|                            | Categorías                         | Litros per Capita <sup>(1)</sup> | Industria (CAC 02-12) | Partic. Merc. CCU <sup>(2)</sup> |
|----------------------------|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|----------------------------------|
| <b>Chile</b>               | Cerveza                            | 40                               | 4,7%                  | 79%                              |
|                            | Gaseosas                           | 125                              | 2,6%                  | 25%                              |
|                            | Jugos / Promarca                   | 24                               | 10,7%                 | 32% / 43%                        |
|                            | Agua Mineral                       | 12                               | 3,4%                  | 58%                              |
|                            | Agua Saborizada <sup>(4)</sup>     | 5                                | 16,1%                 | 57%                              |
|                            | Agua Purificada <sup>(5)</sup>     | 4                                | 34,5%                 | 26%                              |
|                            | HOD <sup>(5)</sup>                 | 6                                | 12,6%                 | 53%                              |
|                            | Bebidas deportivas                 | 1,3                              | 43,0%                 | 60%                              |
|                            | Ice Tea <sup>(6)</sup>             | 0,3                              | 20,5%                 | 48%                              |
|                            | Bebidas Energéticas <sup>(4)</sup> | 0,6                              | 62,9%                 | 11%                              |
|                            | Pisco <sup>(3)</sup>               | 2                                | (1,4)%                | 52%                              |
|                            | Ron <sup>(3)</sup>                 | 1,1                              | 22,7%                 | 21%                              |
|                            | Otros licores <sup>(7)</sup>       | 0,5                              | 7,4%                  | 7% / 18%                         |
|                            | Vinos                              | 12                               | (3,1)%                | 27%                              |
| <b>Total<sup>(8)</sup></b> | <b>234</b>                         | <b>3,9%</b>                      | <b>38,5%</b>          |                                  |
| Leche <sup>(9)</sup>       | 24                                 | 2,1%                             | -                     |                                  |
| <b>Total</b>               | <b>258</b>                         | <b>3,8%</b>                      | <b>35,0%</b>          |                                  |

**CCU es particularmente fuerte en las categorías de alto crecimiento, alineadas con las preferencias del consumidor, sus cambios demográficos y potencial de crecimiento del consumo per cápita**

(1) Fuente: Estimaciones internas de CCU a diciembre 2012 y Canadean 2012; (2) Cifras a diciembre 2012; (3) Información bimestral: años totales Dic-Ene 2011 – Oct-Nov 2012;

(4) Desde 2005; (5) Desde 2004; (6) Desde 2008; (7) Incluye Vodka y Whisky. La columna de la derecha se refiere sólo al canal tradicional (excluye ventas en supermercados);

(8) Industrias en las que CCU participa, las cifras más grandes han sido redondeadas; (9) Incluye leche blanca y saborizada

# Excelente track-record con una sólida posición financiera...

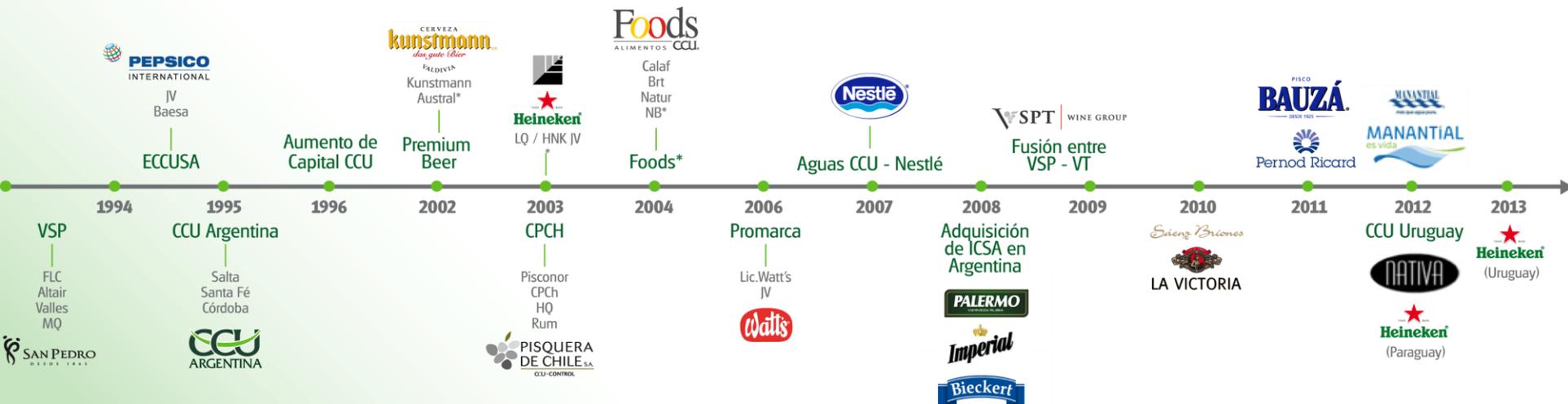


## Destacada trayectoria de crecimiento orgánico e inorgánico

- ▶ Alto crecimiento desde 1992
- ▶ Transformación en una Compañía multicategoría con foco en marcas
- ▶ 20 años ejecutando fusiones y adquisiciones exitosas

| EBITDA <sup>(1)</sup> miles de millones CLP | 1992 <sup>(2)</sup> | 2012 <sup>(3)</sup> | CAC <sup>(4)</sup> |
|---|---------------------|---------------------|--------------------|
| Cerveza Chile                               | 23,9                | 104,4               | 7,7%               |
| Otros segmentos                             | 6,4                 | 131,6               | 16,3%              |
| <b>CCU</b>                                  | <b>30,3</b>         | <b>235,9</b>        | <b>10,8%</b>       |

## Historial de fusiones y adquisiciones estratégicas<sup>(5)</sup>



(\*) Actualmente no consolida

(1) EBITDA es equivalente al ORBDA (Operating Result Before Depreciation y Amortization), usado en el formulario 20-F; (2) Bajo USGAAP, cifras nominales en miles de millones de CLP en diciembre de 1992; (3) Bajo IFRS, cifras nominales en miles de millones de CLP in 2012. CCU no tuvo Ítems Excepcionales en 2012; (4) Tasa de inflación compuesta anual del periodo: 4,9%. Fuente: Banco Central de Chile; (5) Algunas transacciones ocurrieron durante más de un año, pero son presentadas como si fueran ejecutadas en un año

# Excelente track-record con sólida posición financiera...



## Mejoras continuas en indicadores clave de los tres pilares estratégicos

| Miles de millones CLP                                   | CHGAAP <sup>(11)</sup> |       |       |       |       |       | IFRS <sup>(12)</sup> |       |       |       |              | CAC <sup>(13)</sup><br>02-12 |
|---|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------------|-------|-------|-------|--------------|------------------------------|
|   | 2002                   | 2003  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  | 2008                 | 2009  | 2010  | 2011  | 2012         |                              |
| <b>Rentabilidad</b>                                     |                        |       |       |       |       |       |                      |       |       |       |              |                              |
| Margen Unitario <sup>(Miles CLP/HL)<sup>(1)</sup></sup> | 17,2                   | 17,9  | 19,2  | 20,8  | 21,3  | 23,4  | 23,8                 | 25,3  | 26,4  | 28,4  | 29,4         | <b>5,5%</b>                  |
| EBIT <sup>(2)</sup>                                     | 37,6                   | 45,9  | 58,7  | 66,5  | 79,7  | 101,4 | 124,0                | 137,4 | 157,1 | 179,9 | 181,2        | <b>17,0%</b>                 |
| EBITDA <sup>(3)</sup>                                   | 80,3                   | 86,4  | 98,6  | 107,6 | 121,8 | 146,8 | 163,9                | 181,5 | 202,3 | 227,7 | 235,9        | <b>11,4%</b>                 |
| Margen EBITDA <sup>(4)</sup>                            | 23,2%                  | 22,5% | 23,4% | 21,9% | 22,3% | 23,4% | 23,1%                | 23,4% | 24,1% | 23,5% | 21,9%        |                              |
| Utilidad <sup>(5)</sup>                                 | 22,1                   | 54,1  | 45,4  | 48,2  | 55,8  | 79,2  | 90,4                 | 128,0 | 110,7 | 122,8 | 114,4        | <b>17,9%</b>                 |
| Utilidad por Acción <sup>(CLP)<sup>(6)</sup></sup>      | <b>69,3</b>            | 169,8 | 142,5 | 151,3 | 175,3 | 248,7 | 283,9                | 402,0 | 347,6 | 385,4 | <b>359,3</b> | <b>17,9%</b>                 |
| RONA <sup>(7)</sup>                                     | <b>6,5%</b>            | 9,3%  | 11,5% | 12,2% | 13,6% | 14,8% | 14,2%                | 15,6% | 16,9% | 17,6% | <b>17,0%</b> |                              |
| <b>Crecimiento</b>                                      |                        |       |       |       |       |       |                      |       |       |       |              |                              |
| Ingresos  | 345,9                  | 384,1 | 420,6 | 492   | 545,8 | 628,3 | 710,2                | 776,5 | 838,3 | 969,6 | 1.075,7      | <b>12,0%</b>                 |
| Volumen Cons. (millones de HL)                          | 10,2                   | 10,9  | 11,4  | 12,3  | 13,4  | 14,2  | 15,7                 | 16,3  | 17,3  | 18,4  | 19,8         | <b>6,9%</b>                  |
| Part. M <sup>o</sup> en Chile <sup>(8)</sup>            | 34,0%                  | 34,0% | 33,7% | 34,6% | 35,1% | 35,3% | 35,8%                | 36,5% | 36,5% | 36,8% | 38,5%        |                              |
| Part. M <sup>o</sup> <sup>(8)</sup>                     | 27,2%                  | 27,6% | 27,8% | 27,7% | 27,9% | 27,9% | 29,1%                | 30,3% | 30,5% | 30,7% | 32,2%        |                              |
| <b>Sustentabilidad</b>                                  |                        |       |       |       |       |       |                      |       |       |       |              |                              |
| Primera preferencia <sup>(9)</sup>                      | 26,6%                  | 29,8% | 29,1% | 31,1% | 31,5% | 29,1% | 30,0%                | 30,7% | 31,0% | 31,6% | 30,3%        |                              |
| Clima organizacional <sup>(10)</sup>                    | 67%                    | 69%   | 72%   | 70%   | 72%   | 72%   | 73%                  | 77%   | 77%   | 76%   | 74%          |                              |

Fuente: CCU

(1) Margen Unitario como Margen Bruto / Volumen Consolidado

(2) EBIT después de IE es 163,9 y 192,8 para 2010 y 2011 respectivamente. EBIT es equivalente al Resultado Operacional usado en el formulario 20-F, (cifras antes de IE)

(3) EBITDA después de IE es 209,1 y 240,6 para 2010 y 2011 respectivamente. EBITDA es equivalente al ORBDA (Operating Result Before Depreciation y Amortization), usado en el formulario 20-F, (cifras antes de IE)

(4) Margen EBITDA después de IE es 24,9% y 24,8% para 2010 y 2011 respectivamente

(5) Utilidad atribuible a Propietarios de la controladora

(6) Considera 318.502.872 acciones

(7) RONA (Return on Net Assets) = EBIT / [Total de Activos - (Total Pasivos corrientes - Otros

(11) Bajo Chile GAAP. Cifras en miles de millones de CLP a diciembre de cada año

(13) Inflación del periodo: 3,0%

pasivos financieros corrientes)]

(8) Participación de mercado ponderada de todas las categorías en las que CCU participa, basada en las estimaciones más recientes del tamaño de mercado de cada año. Excluye Uruguay y sidras/vinos en Argentina. En el caso de Chile excluye leche.

(9) Promedio ponderado de las primeras preferencias, las que se obtienen de una encuesta trimestral realizada a consumidores, que estima el valor de marca mediante una pregunta que revela la marca preferida del consumidor en cada segmento. Excluye a Uruguay, sidras/vinos en Argentina y HOD en Chile. La metodología para Agua Mineral cambió en el 2006. Fuente: GFK Adimark

(10) Encuesta interna realizada a los empleados de CCU que mide su satisfacción laboral.

(12) IFRS, cifras en miles de millones de CLP nominales

# Excelente track-record con una sólida posición financiera...



## Sólida posición financiera (millones CLP)

| <b>Activos</b>                     |                     | <b>Pasivos y patrimonio</b>       |                     |
|------------------------------------|---------------------|-----------------------------------|---------------------|
|                                    | 30 de junio de 2013 |                                   | 30 de junio de 2013 |
| Caja                               | 65.827              | Deuda financiera                  | 274.846             |
| Otros activos corrientes           | 355.947             | Otros pasivos                     | 270.917             |
| <b>Total activos corrientes</b>    | <b>421.773</b>      | <b>Total pasivos</b>              | <b>545.764</b>      |
| Activos fijos, plantas y equipos   | 638.091             | Patrimonio neto (accionistas)     | 639.619             |
| Otros activos no corrientes        | 218.067             | Interés minoritario               | 92.548              |
| <b>Total activos no corrientes</b> | <b>856.158</b>      | <b>Total patrimonio</b>           | <b>732.167</b>      |
| <b>Total activos</b>               | <b>1.277.931</b>    | <b>Total pasivos y patrimonio</b> | <b>1.277.931</b>    |

| <b>Ratios financieros</b>                    |  | 30 de junio de 2013 |
|--|--|---------------------|
| Cobertura de interés (>3,0) <sup>(1)</sup>   |  | 12,45               |
| Deuda / Patrimonio (<1,5) <sup>(2)</sup>     |  | 0,75                |
| DFN / EBITDA <sup>(3)</sup>                  |  | 0,86                |
| DF / capitalización <sup>(4)</sup>           |  | 0,27                |
| Duration Bonos Locales (años) <sup>(5)</sup> |  | 5,25                |

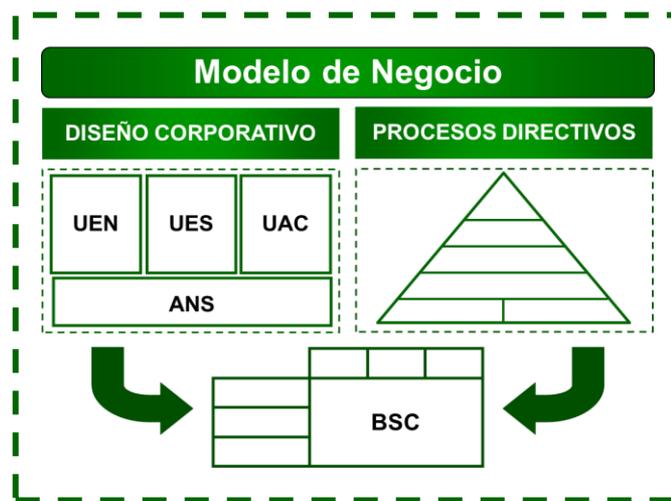
(1) Covenant financiero como Costos financieros / EBITDA; (2) Covenant financiero como Total Pasivos/ Total Patrimonio; (3) EBITDA es equivalente al ORBDA (Operating Result Before Depreciation y Amortization), usado en el formulario 20-F; (4) Capitalización se refiere a la deuda financiera más el patrimonio total incluyendo interés minoritario; (5) Excluido Bono "I" con maduración en Marzo 2014 (UF 3 millones), duration de bonos locales es 8,1 años

# ...con importantes oportunidades de crecimiento...



Fuentes identificadas de crecimiento tanto orgánico como inorgánico

Crecimiento orgánico



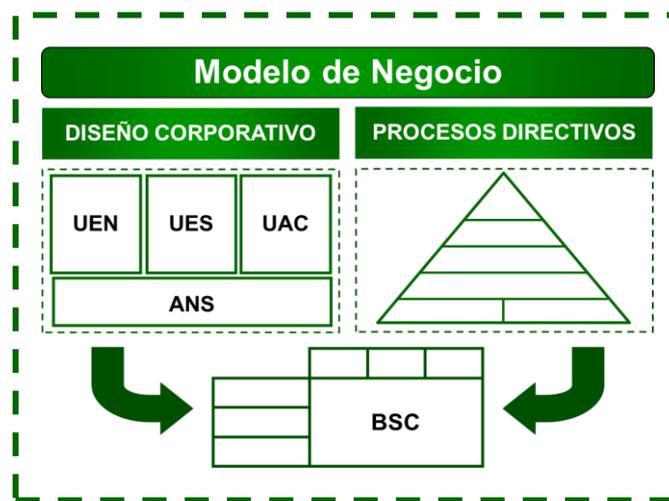
Crecimiento inorgánico

# ...con importantes oportunidades de crecimiento...



Fuentes identificadas de crecimiento tanto orgánico como inorgánico

**Crecimiento orgánico**



# ...con importantes oportunidades de crecimiento...



## Oportunidades de crecimiento orgánico dado por...

- ▶ Alta participación de mercado en el sector de bebestibles, particularmente en categorías con mayor potencial
- ▶ Portafolio compuesto por marcas con alta preferencia
- ▶ Todavía con bajos consumos per cápita
- ▶ Crecimiento sostenido de la población
- ▶ Precios promedio creciendo más rápido que la inflación
- ▶ Altas tasas de crecimiento del PIB

**Atractivas oportunidades para continuar con un alto nivel de crecimiento orgánico**

| CAPEX <sup>(1)(2)</sup>                         |                              |
|---|------------------------------|
| 2013 – 2016                                     | 2017 – 2020                  |
| CLP 585,8 ~ 600 mil millones                    | CLP 613,6 ~ 600 mil millones |
| USD 1.188 millones                              | USD 1.245 millones           |
| Incremento de capital de trabajo <sup>(2)</sup> |                              |
| 2013 – 2020                                     |                              |
| CLP 150 mil millones                            |                              |
| USD 289 millones                                |                              |

# ...con importantes oportunidades de crecimiento...



## Plan de CAPEX para crecimiento orgánico 2013 – 2020

| Unidad               | 2013 – 2016  |  |  |  |   | 2017 – 2020  |  |   |   |   |  |   |
|----------------------|--|--|--|--|---|--|--|---|---|---|--|---|
| CCU Chile            | Temuco   | Santiago   |  |  |   | TBD   |  |   | TBD          |   |  |   |
| Eccusa               | Temuco    | Santiago    |  |  | Santiago  | TBD   | Santiago  |   | Antofagasta  |   |  |   |
| TCCU                 | Temuco    | Chillán   | Supermercado  | Valdivia  | Calama    | Rancagua    | Modula    | Puente Alto  | Talcahuano   | Melipilla  | Pto. Montt  |   |
| CCU Argentina        | Luján    |  |  |  |   | Uruguay   |  |   |   |   |  | Argentina  |
| CCK                  | Valdivia    |  |  |  |   | Valdivia   |  |   |   |   |  |   |
| VSPT                 | Molina   |  |  |  |   | TBD   |  |   |   |   |  |   |
| Sidra Argentina      | Ciudadela   |  | Pilar         |  |   | Lujan   |  |   |   |   |  |   |
| CPCh                 | Ovalle    |  |  |  |   | IV Región   |  |   |   |   |  |   |
| Capex <sup>(1)</sup> | CLP 585.797 ~ 600.000 millones   |  |  |  |   | CLP 613.605 ~ 600.000 millones   |  |   |   |   |  |   |
|                      | USD 1.188 millones   |  |  |  |   | USD 1.245 millones   |  |   |   |   |  |   |

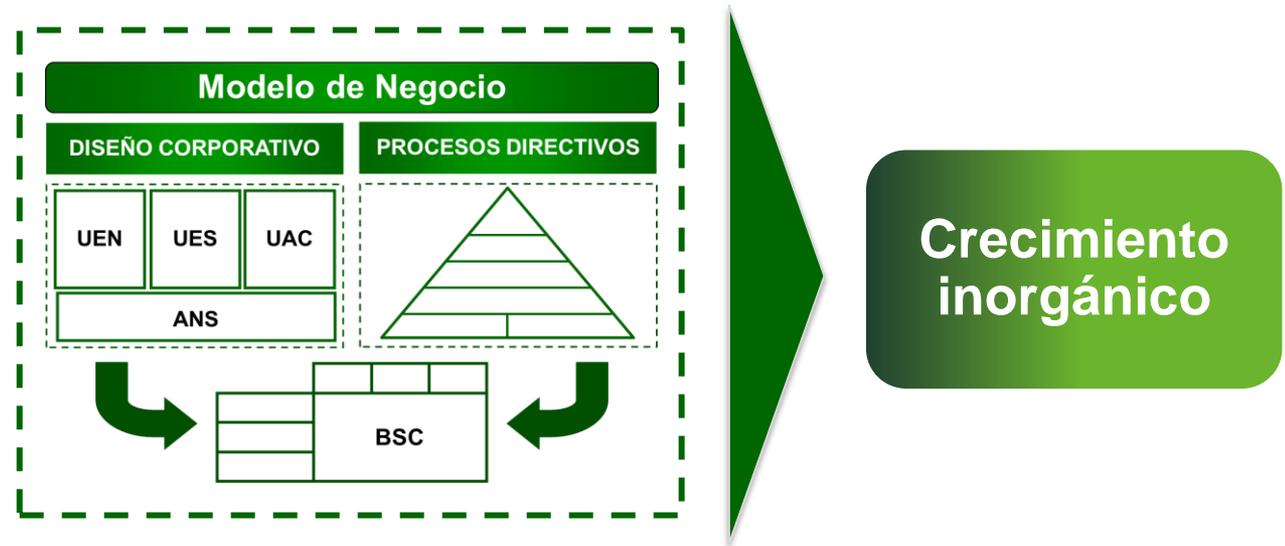
Categorías:  Nuevas Plantas de Producción  Líneas de Embotellamiento  Aumento de capacidad en plantas existentes  Nuevos centros de distribución y bodegas

(1) También incluye requerimientos de CAPEX de Inversión en Empaque, Marketing y TI. Tipo de cambio observado el día de la aprobación del aumento de capital: CLP 492,90 / USD (18 de junio de 2013)

# ...con importantes oportunidades de crecimiento...



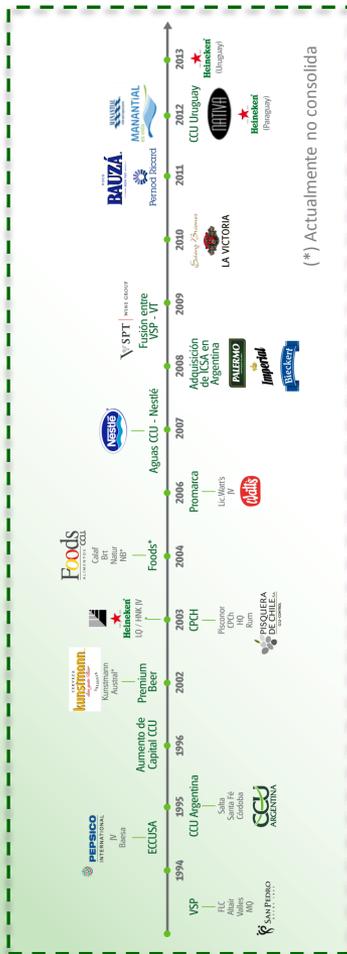
Fuentes identificadas de crecimiento tanto orgánico como inorgánico



# ...con importantes oportunidades de crecimiento...



## Más de 20 años ejecutando fusiones y adquisiciones exitosas



Existen  
diversas  
oportunidades  
de crecimiento  
inorgánico

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

# ...con importantes oportunidades de crecimiento...



Oportunidades de crecimiento inorgánico a futuro para fortalecer las operaciones actuales y expandirse en categorías adyacentes y nuevos mercados



# ...con importantes oportunidades de crecimiento...



Oportunidades de crecimiento inorgánico a futuro para fortalecer las operaciones actuales y expandirse en categorías adyacentes y nuevos mercados

|                      |  | CHILE | ARGENTINA | URUGUAY | PARAGUAY | BOLIVIA | PERÚ | COLOMBIA |
|----------------------|--|-------|-----------|---------|----------|---------|------|----------|
| Principales negocios | Cerveza  |       |           |         |          |         |      |          |
|                      | No-alcohólicas   |       |           |         |          |         |      |          |
| Negocios sinérgicos  | <b>Multicategoría</b><br>(licores, vino, sidra, productos lácteos)<br><b>Otros:</b><br>(RTE/RTM) |       |           |         |          |         |      |          |

Producción

Distribución

# ...con importantes oportunidades de crecimiento...



Oportunidades de crecimiento inorgánico a futuro para fortalecer las operaciones actuales y expandirse en categorías adyacentes y nuevos mercados

| CHILE | ARGENTINA | URUGUAY | PARAGUAY | BOLIVIA | PERÚ | COLOMBIA |
|-------|-----------|---------|----------|---------|------|----------|
|-------|-----------|---------|----------|---------|------|----------|



## Cinco criterios de inversión para el crecimiento inorgánico...

1. ... proyectos con alto potencial de rentabilidad en el mediano plazo, con posible dilución limitada en el corto plazo;
2. ... proyectos que nos permitan adquirir o potencialmente desarrollar operaciones relevantes y de gran escala;
3. ... proyectos que nos permitan continuar construyendo multicategoría;
4. ... proyectos con marcas propias y/o bajo licencias de largo plazo con socios estratégicos;
5. ... proyectos que nos provean balance competitivo.

# ...administrado por un experimentado Directorio y cuerpo de ejecutivos.



## Directorio<sup>(1)</sup>

Edad promedio de Directores: 63 años  
Años promedio en la Compañía: 12 años

## Ejecutivos

Edad promedio de Ejecutivos: 50 años  
Años promedio en la Compañía: 15 años

## Dos socios con fortalezas complementarias y capacidades probadas



### ► Quiñenco S.A.

- ✓ Conocimiento del mercado local
- ✓ Uno de los grupos empresariales más grandes de Chile controlado por la familia Luksic
- ✓ Listada en la Bolsa de Santiago

### ► Heineken

- ✓ Presencia global con operaciones en más de 70 países, con representación adicional en muchos otros mercados
- ✓ Reconocimiento de marcas / liderazgo e innovación de productos
- ✓ Listada en Nueva York, Londres y Ámsterdam

- |    |                              |    |
|----|------------------------------|----|
| 1. | CCU Overview                 | 2  |
| 2. | Razones para invertir en CCU | 6  |
| 3. | <b>Resultados</b>            | 27 |
| 4. | Consideraciones finales      | 30 |

# 3. Resultados



| Billones CLP            | Ac.<br>Sep'13  | Ac.<br>Sep'12  | Δ%<br>Total  | Δ%<br>Organic | 3T'13          | 3T'12          | Δ%<br>Total  | Δ%<br>Organic |
|-------------------------|----------------|----------------|--------------|---------------|----------------|----------------|--------------|---------------|
| <b>Volúmenes (M HL)</b> | <b>15.193</b>  | <b>13.667</b>  | <b>11,2%</b> | <b>4,4%</b>   | <b>4.874</b>   | <b>4.307</b>   | <b>13,2%</b> | <b>6,6%</b>   |
| <b>Total Ingresos</b>   | <b>824.261</b> | <b>743.474</b> | <b>10,9%</b> | <b>9,0%</b>   | <b>276.715</b> | <b>243.976</b> | <b>13,4%</b> | <b>11,7%</b>  |
| <b>Margen Bruto</b>     | <b>445.339</b> | <b>392.145</b> | <b>13,6%</b> | <b>11,8%</b>  | <b>147.203</b> | <b>128.316</b> | <b>14,7%</b> | <b>13,3%</b>  |
| Margen Bruto (%)        | 54,0%          | 52,7%          |              |               | 53,2%          | 52,6%          |              |               |
| <b>EBIT (1)</b>         | <b>114.546</b> | <b>111.303</b> | <b>2,9%</b>  | <b>2,7%</b>   | <b>34.673</b>  | <b>34.063</b>  | <b>1,8%</b>  | <b>2,7%</b>   |
| Mg EBIT (%)             | 13,9%          | 15,0%          |              |               | 12,5%          | 14,0%          |              |               |
| <b>Utilidad Neta</b>    | <b>76.744</b>  | <b>68.924</b>  | <b>20,8%</b> | <b>22,6%</b>  | <b>20.999</b>  | <b>17.388</b>  | <b>20,8%</b> | <b>22,6%</b>  |
| <b>EBITDA</b>           | <b>161.943</b> | <b>151.485</b> | <b>6,9%</b>  | <b>6,1%</b>   | <b>50.807</b>  | <b>47.862</b>  | <b>6,2%</b>  | <b>6,0%</b>   |
| Mg EBITDA (%)           | 19,6%          | 20,4%          |              |               | 18,4%          | 19,6%          |              |               |

(1) EBIT es equivalente al Resultado Operacional usado en el formulario 20-F; (2) EBITDA es equivalente al ORBDA (Operating Result Before Depreciation y Amortization), usado en el formulario 20-F. En los últimos 12 meses CCU no ha tenido ítems Excepcionales

# 3. Resultados

## Tendencia de volúmenes



| Crecimiento Vol.(%) <sup>(1)</sup> | 2009       | 2010       | 1T'11      | 2T'11      | 3T'11      | 4T'11       | 2011       | 1T'12      | 2T'12      | 3T'12      | 4T'12      | 2012       | 1T'13      |            | 2T'13       |            | 3T'13       |            |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|
|                                    |            |            |            |            |            |             |            |            |            |            |            |            | Total      | Orgánico   | Total       | Orgánico   | Total       | Orgánico   |
| Cerveza Chile                      | -1,9       | 1,5        | 9,6        | -2,9       | 0,0        | 8,4         | 4,6        | 5,6        | 5,8        | 2,2        | -6,3       | 1,1        | -2,8       | -2,8       | -1,0        | -1,0       | 4,7         | 4,7        |
| No-Alcohólicos                     | 3,8        | 9,8        | 3,7        | 4,9        | 7,2        | 8,2         | 6,1        | 18,6       | 18,0       | 11,1       | 17,9       | 16,5       | 19,1       | 10,3       | 19,9        | 10,4       | 21,8        | 13,3       |
| Licores                            | -5,5       | 6,7        | 6,6        | -2,5       | 5,5        | 19,4        | 7,5        | 25,4       | 19,9       | 11,7       | 10,3       | 15,7       | -2,9       | -2,9       | 10,3        | 10,3       | 7,4         | 7,4        |
| Chile                              | 1,0        | 6,0        | 6,3        | 1,4        | 4,2        | 8,4         | 5,5        | 12,9       | 13,0       | 7,6        | 6,9        | 9,9        | 9,7        | 4,7        | 11,7        | 6,0        | 15,0        | 9,9        |
| CCU Argentina <sup>(2)</sup>       | 7,7        | 5,8        | 6,9        | 6,5        | 4,0        | 2,8         | 4,9        | -1,9       | -10,3      | 3,2        | 0,5        | -1,6       | -0,5       | -0,5       | -3,0        | -3,0       | -2,2        | -2,2       |
| Uruguay                            | -          | -          | -          | -          | -          | -           | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -           | -          | -           | -          |
| Rio de la Plata                    | 7,7        | 5,8        | 7,4        | 9,4        | 10,8       | 13,9        | 10,6       | -1,9       | -10,3      | 3,2        | 14,4       | 3,0        | 12,8       | -0,5       | 12,3        | -3,0       | 11,5        | -2,2       |
| Vinos <sup>(3)</sup>               | 20,1       | 9,3        | -1,7       | -6,5       | 1,0        | 10,9        | 0,6        | 5,8        | 10,1       | 3,8        | 1,6        | 5,3        | -4,5       | -4,5       | 1,9         | 1,9        | 2,4         | 2,4        |
| <b>TOTAL<sup>(4)</sup></b>         | <b>3,7</b> | <b>6,2</b> | <b>6,1</b> | <b>2,4</b> | <b>5,3</b> | <b>10,0</b> | <b>6,4</b> | <b>8,8</b> | <b>7,3</b> | <b>6,3</b> | <b>8,6</b> | <b>7,9</b> | <b>9,7</b> | <b>3,0</b> | <b>11,0</b> | <b>3,9</b> | <b>13,2</b> | <b>6,6</b> |



(1) Volúmenes trimestrales comparados con el mismo período del año anterior; (2) CCU Argentina incluye cervezas y otros (sidra desde el 1T'12, licores, y ventas de vinos domésticos de Tamarí); (3) Vinos incluye Chile (doméstico y exportación) y Argentina (doméstico y exportación, excepto ventas de Tamarí); (4) Considera sidra en 2011 sólo en el total.

|           |                                |           |
|-----------|--------------------------------|-----------|
| <b>1.</b> | CCU Overview                   | <b>2</b>  |
| <b>2.</b> | Razones para invertir en CCU   | <b>6</b>  |
| <b>3.</b> | Resultados                     | <b>27</b> |
| <b>4.</b> | <b>Consideraciones finales</b> | <b>30</b> |

# Consideraciones finales



6. ...administrado por un experimentado Directorio y cuerpo de ejecutivos.

5. ...con importantes oportunidades de crecimiento...

4. Excelente track-record con una sólida posición financiera...



1. Empresa líder en la industria de bebestibles con marcas de alto valor...

2. ...que opera con un Modelo de Negocio único...

3. ...con fuerte presencia en mercados altamente atractivos.

