



Para más información contactar a:

Investor Relations

Cristobal Escobar (56-2) 2427-3195

Manuel Alcalde (56-2) 2427-3127

investor@ccuinvestor.com

Media

Marisol Bravo (56-2) 2427-3236

Francisca Veth (56-2) 2427-3445

www.ccu.cl / www.ccuinvestor.com

CCU PRESENTA RESULTADOS CONSOLIDADOS AL PRIMER TRIMESTRE 2015^{1;2;3}

Santiago, Chile, 5 de Mayo de 2015 – CCU anunció hoy sus resultados financieros consolidados para el primer trimestre finalizados al 31 de marzo de 2015:

- Los **Volúmenes** aumentaron 3,9%. El Segmento de operación Vinos contribuyó con un incremento de 5,6%, el Segmento de operación Chile creció 4,0% y el Segmento de operación Río de la Plata mostró un aumento del 3,4% este trimestre.
- El **Total de ingresos por ventas** aumentó 14,3% como consecuencia de 10,0% mayores precios promedio junto con Volúmenes consolidados 3,9% mayores.
- El **Margen bruto** aumentó 16,9% por una combinación de un Total de ingresos por ventas 14,3% mayores, parcialmente compensado por un crecimiento del Costo de ventas de 11,1%.
- El **EBITDA** aumentó 19,8%, por los Segmentos de operación Río de la Plata, Chile y Vino; con una expansión de 103 bps de margen.
- La **Utilidad del periodo** aumentó 6,7% este trimestre.
- La **Utilidad por acción** aumentó 6,7% debido a una mayor Utilidad del periodo.

Principales indicadores (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera)	1T'15	1T'14	Cambio total %
Volúmenes	6.578	6.330	3,9
Total de ingresos por ventas	382.834	334.811	14,3
Margen bruto	217.270	185.784	16,9
EBIT	68.164	56.017	21,7
EBITDA	86.645	72.330	19,8
Utilidad del ejercicio	43.289	40.568	6,7
Utilidad por acción	117,2	109,8	6,7

1 Las cifras consolidadas del siguiente análisis están expresadas en Pesos Chilenos nominales y de acuerdo a las normas e instrucciones de la Superintendencia de Valores y Seguros de Chile ("SVS"), las cuales están de acuerdo a la normativa IFRS.

2 Para mayor información sobre los términos utilizados por favor consulte el Glosario en Información Adicional y Tablas. Las cifras fueron redondeadas en las tablas y los porcentajes pueden no sumar el 100% debido a aproximaciones.

3 Todas las referencias en este Comunicado de Prensa, se entenderán referidas a cifras del 1T'15 comparadas con cifras del 1T'14. A menos que se indique lo contrario.

COMENTARIOS DEL GERENTE GENERAL

Estamos satisfechos con el desempeño general de CCU en el primer trimestre de 2015, donde el EBITDA consolidado creció 19,8% con 103 bps de expansión de margen EBITDA. Estos resultados se explican principalmente por el 14,3% de crecimiento de Total de ingresos por ventas, donde los precios medios aumentaron un 10,0% al ejecutar una serie de aumentos de precios en nuestras categorías clave junto con el sólido 3,9% de crecimiento en Volúmenes consolidados y participación de mercado en los Segmentos de operación Chile y Río de la Plata. La expansión de márgenes vino también de la búsqueda sistemática, en todas las áreas de la Compañía, de eficiencias a través de la ejecución exitosa de nuestro programa "ExCCelencia CCU" en todas nuestras operaciones y el efecto positivo de menores precios de las materias primas. Todo lo anterior más que compensó un escenario macroeconómico más desafiante que desaceleró el consumo interno en nuestras geografías y tipos de cambio más débiles que impactaron nuestros márgenes. El efecto combinado total de la depreciación de las monedas a nivel de EBITDA consolidado es de CLP5.631 millones (o 147 bps).

El Segmento de operación Chile mostró un crecimiento del EBITDA de 21,4% con 212 bps de expansión de margen EBITDA. Los precios promedios aumentaron 6,8% debido principalmente a los aumentos de precios realizados durante 1T'15 y al positivo arrastre de los aumentos de precios del año pasado; junto con un crecimiento en Volúmenes de 4,0%, con ganancias de participación de mercado; así como la entrega de eficiencias y menores precios de materias primas, permitiéndonos más que compensar la desafiante desaceleración económica, con un 13% de devaluación del peso chileno y un 3% de aumento de precio adicional para ajustar los mayores impuestos específicos.

El Segmento de operación Río de la Plata entregó un crecimiento del EBITDA de 47,8% con 210 bps de expansión de margen. En pesos chilenos, el Total de ingresos por ventas aumentó 25,4% al aumentar un 21,2% los precios promedio, y el Volumen creció 3,4%, con crecimiento positivo del volumen en todas las geografías y aumento de participación de mercado en diferentes categorías. La operación mostró un buen desempeño a través de nuevos lanzamientos y una mejora en la operación alineados a los esfuerzos de eficiencias, independiente de la devaluación del peso Argentino frente al dólar americano de 14% y el aumento de la inflación.

En su 150 aniversario, nuestro Segmento de operación Vinos continuó mostrando cifras positivas con un crecimiento del EBITDA de 13,3%. Las Ventas de exportación aumentaron un 3,4% en términos de dólares, debido a una buena ejecución en mercados estratégicos clave; mientras que las ventas nacionales se incrementaron un 5,1% en términos de pesos chilenos, debido principalmente al aumento de los precios durante el trimestre. Adicionalmente, vientos a favor vinieron de un mayor tipo de cambio y efectivas reducciones de costos, mientras que vientos en contra fueron encontrados en un mayor costo de vino durante el trimestre, así como el 3% de ajustes de precios debido al aumento de los impuestos específicos para Chile en Octubre de 2014.

Este trimestre, el antes mencionado programa "ExCCelencia CCU" fue capaz de conseguir ahorros en las áreas de Marketing, Gestión de ingresos, Efectividad de ventas y distribución, Logística, Abastecimiento y Área industrial. Las eficiencias apuntadas se han ido cumpliendo y esperamos continuar ejecutándolas.

Lamentamos el desastre natural ocurrido en las regiones del norte de Chile durante marzo, donde varias ciudades fueron afectadas por grandes inundaciones y aluviones. Comprometidos con la comunidad, nuestra filial ECUSA donó grandes cantidades de agua y bebidas gaseosas a las regiones afectadas. Mantenemos nuestro compromiso de apoyar a todos los afectados y las personas que cooperan con ellos.

Como consideraciones finales, reafirmamos nuestro compromiso y aumentamos nuestros esfuerzos para alcanzar una sostenible excelencia operacional y comercial a través de la entrega de eficiencias, la calidad de nuestros productos, la preferencia de nuestras marcas y nuestra posición de mercado. Mientras nos estructuramos de una manera que nos permita operar nuestra estrategia regional con la mayor agregación de valor en los seis países en los que participamos.

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO (Tabla 1)
TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS

1T'15 Aumentaron 14,3% a CLP382.834 millones como resultado de un aumento de 10,0% en los precios promedio, junto con Volúmenes 3,9% mayores. Todos los Segmentos de operación contribuyeron a este crecimiento en el Total de ingresos por ventas de la siguiente manera: Río de la Plata contribuyó con un aumento en el Total de ingresos por ventas de 25,4%, dado precios promedio 21,2% mayores junto con volúmenes 3,4% mayores; Chile con 11,0% de crecimiento dado precios promedio 6,8% mayores junto con volúmenes 4,0% mayores; finalmente, el Total de ingresos por ventas del Segmento de operación Vinos aumentó 12,2% dado el aumento en precios promedio y en volúmenes de ventas de 6,2% y 5,6% respectivamente.

Total de ingresos por ventas por Segmento de operación

	Total de ingresos por ventas (millones de CLP)				
	1T'15	Mix	1T'14	Mix	Cambio Total %
1. Segmento de operación Chile	246.150	64,3%	221.766	66,2%	11,0
2. Segmento de operación Río de la Plata	96.048	25,1%	76.584	22,9%	25,4
3. Segmento de operación Vinos	40.816	10,7%	36.371	10,9%	12,2
4. Otros/Eliminaciones	(180)	-	91	-	-
TOTAL	382.834	100,0%	334.811	100,0%	14,3

MARGEN BRUTO

1T'15 Aumentó 16,9% a CLP217.270 millones, como resultado de un Total de ingresos por ventas 14,3% más alto, parcialmente compensados por un Costo de ventas 11,1% mayor. El Costo de venta como porcentaje del Total de ingresos por ventas, disminuyó de 44,5% a 43,2% debido a aumentos de eficiencia y a un menor costo de materias primas, parcialmente compensado por la devaluación de nuestras principales monedas. Como consecuencia, el Margen bruto como porcentaje de Total de ingresos por ventas aumentó de 55,5% a 56,8%.

EBIT

1T'15 Aumentó 21,7% a CLP68.164 millones y el margen EBIT aumentó 107 puntos base a 17,8%, principalmente explicado por un Margen Bruto 16,9% más alto, parcialmente compensado por un aumento en los MSD&A de 14,2%. Los MSD&A como porcentaje del Total de ingresos por ventas, disminuyeron de 39,4% a 39,3% debido a mayores eficiencias y menores costos de distribución, parcialmente compensados por el gasto de marketing que se mantuvo. El margen EBIT aumentó de 16,7% a 17,8%.

EBIT y Margen EBIT por Segmento de operación

	EBIT (millones de CLP)					Margen EBIT		
	1T'15	Mix	1T'14	Mix	Cambio Total %	1T'15	1T'14	Cambio total (bps)
1. Segmento de operación Chile	50.746	74,4%	40.768	72,8%	24,5	20,6%	18,4%	223
2. Segmento de operación Río de la Plata	9.960	14,6 %	6.526	11,6 %	52,6	10,4 %	8,5 %	185
3. Segmento de operación Vinos	6.075	8,9%	5.328	9,5%	14,0	14,9%	14,7%	23
4. Otros/Eliminaciones	1.382	2,0 %	3.395	6,1 %	(59,3)	-	-	-
TOTAL	68.164	100,0%	56.017	100,0%	21,7	17,8%	16,7%	107

EBITDA

1T'15 Aumentó 19,8% a CLP86.645 millones y el margen EBITDA aumentó de 21,6% a 22,6%.

EBITDA y margen EBITDA por Segmento de operación

	EBITDA (millones de CLP)					Margen EBITDA		
	1T'15	Mix	1T'14	Mix	Cambio Total %	1T'15	1T'14	Cambio total (bps)
1. Segmento de operación Chile	61.055	70,5%	50.299	69,5%	21,4	24,8%	22,7%	212
2. Segmento de operación Río de la Plata	13.326	15,4 %	9.016	12,5 %	47,8	13,9 %	11,8 %	210
3. Segmento de operación Vinos	7.957	9,2%	7.021	9,7%	13,3	19,5%	19,3%	19
4. Otros/Eliminaciones	4.307	5,0 %	5.994	8,3 %	(28,1)	-	-	-
TOTAL	86.645	100,0%	72.330	100,0%	19,8	22,6%	21,6%	103

RESULTADO NO OPERACIONAL

1T'15 Aumentó CLP641 millones de una pérdida de CLP2.509 millones a una pérdida de CLP1.867 millones, principalmente explicado por:

- **Diferencias de cambio en moneda extranjera y Otras ganancias / (pérdidas)** que aumentaron CLP1.971 millones principalmente explicado por positivas Diferencias de cambio en moneda extranjera en el período 1T'15 comparado con el período 1T'14, dada la menor devaluación de la moneda en el actual período.
- **Resultados por unidades de reajuste** aumentaron CLP1.195 millones de una pérdida de CLP1.188 millones a una ganancia de CLP7 millones, principalmente explicado por una menor inflación en Chile en el período 1T'15 comparado con el período 1T'14.

Parcialmente compensado por:

- **Gastos financieros netos** que aumentaron CLP1.957 millones de una pérdida de CLP1.281 millones a una pérdida de CLP3.237 millones, debido principalmente a una menor cantidad de Efectivo y Equivalentes al efectivo, parcialmente compensado por una menor Deuda financiera.

IMPUESTOS A LAS GANANCIAS

1T'15 Aumentaron CLP8.776 millones, debido a mayores resultados en todos los Segmentos de operación y por el aumento del impuesto de primera categoría que subió de 20,0% a 22,5%.

UTILIDAD ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA

1T'15 Aumentó 6,7% a CLP43.289 millones, principalmente explicado por un mayor resultado, parcialmente compensado por un mayor impuesto a las ganancias y un mayor interés minoritario.

SEGMENTOS DE OPERACIÓN (Tabla 2)**1. CHILE**

Total de ingresos por ventas aumentó 11,0% a CLP246.150 millones como resultado de precios promedio 6,8% mayores, junto con volúmenes de venta 4,0% mayores.

EBIT aumentó 24,5% a CLP50.746 millones principalmente explicado por un aumento en el Total de ingresos por venta de 11,0%, parcialmente compensado por un Costo de ventas 7,6% mayor y 8,2% mayores gastos de MSD&A. El Costo de ventas como porcentaje del Total de ingresos por ventas, disminuyó de 44,5% a 43,2%. Los MSD&A como porcentaje del Total de ingresos por ventas, disminuyeron de 37,2% a 36,3%. El margen EBIT aumentó de 18,4% a 20,6%.

EBITDA aumentó 21,4% a CLP61.055 millones y el margen EBITDA aumentó de 22,7% a 24,8%.

Comentarios Los precios promedio 6,8% mayores del Segmento de operación Chile se explican por los incrementos de precio realizados durante el 1T'15 en categorías clave y por el arrastre de los aumentos de precios realizados durante el año pasado. Con respecto a los volúmenes, el crecimiento de 4,0% fue influenciado positivamente por la eficaz estrategia de marketing ejecutada durante 2014 junto con ganancias en participación de mercado. El aumento en la rentabilidad fue impulsado por la exitosa ejecución de una serie de eficiencias alineadas con el programa "ExCCelencia CCU", junto con menores precios de materias primas durante el trimestre. Incluido todo lo anterior, fuimos capaces de aumentar el margen EBITDA en 212 bps a pesar del menor consumo privado en Chile, con un IMACEC⁴ para marzo de 1,6%, una devaluación promedio del peso de 13% durante el trimestre y el aumento de los impuestos específicos.

Siguiendo con nuestra estrategia de construir un sólido portafolio a través de productos de alta calidad, innovación y marcas, debemos destacar el lanzamiento de Coors y Coors Light en los primeros días de enero, introduciendo dos auténticas cervezas americanas al mercado chileno. Otras campañas incluyeron promociones para marcas estratégicas como Cristal, patrocinador oficial de la selección chilena de fútbol durante la Copa América 2015; una nueva campaña para Royal Guard; y una fuerte publicidad para Sol durante el verano, entre otros.

En las categorías no alcohólicas, Gatorade auspició una serie de eventos, incluyendo la Maratón de Santiago y el Iron Man de Pucón. Lamentamos el desastre natural en las regiones del norte de Chile, donde muchas ciudades fueron afectadas por grandes inundaciones y aluviones. Comprometidos con la comunidad, donamos grandes cantidades de agua y bebidas gaseosas a las regiones afectadas.

Podemos encontrar más innovación en las categorías de pisco, donde destacamos la nueva imagen de Pisco La Serena.

4 IMACEC = Índice Mensual de Actividad Económica, calculado mensualmente por el Banco Central de Chile. Estimado en base al consenso de mercado.

2. RÍO DE LA PLATA

Total de ingresos por ventas en pesos chilenos, aumentó 25,4% como resultado de un aumento de 21,2% en los precios promedio y volúmenes de ventas 3,4% mayores.

EBIT medido en pesos chilenos, aumentó a CLP9.960 millones como resultado de un Total de ingresos por ventas 25,4% mayores, parcialmente compensados por un Costo de ventas 16,1% mayor y 30,2% mayores gastos de MSD&A. El Costo de ventas como porcentaje del Total de ingresos por ventas, disminuyó de 42,2% a 39,1%. Los MSD&A, como porcentaje del Total de ingresos por ventas, aumentaron de 49,7% a 51,6%. El margen EBIT aumentó de 8,5% a 10,4%.

EBITDA medido en pesos chilenos, aumentó 47,8% a CLP13.326 millones y el margen EBITDA aumentó de 11,8% a 13,9%.

Comentarios: El Segmento de operación de Río de la Plata mostró un crecimiento positivo a nivel de EBITDA en todas las geografías en las que operamos. Los volúmenes aumentaron en todos los países, en conjunto con ganancias de participación de mercado consolidada. Adicionalmente, eficiencias y mejoras operacionales fueron alcanzadas. Aun cuando vimos brotes verdes, seguimos enfrentando un ambiente macroeconómico difícil en Argentina (lo mismo para Uruguay) con 14% de devaluación del peso Argentino frente al dólar y una alta inflación que afectó nuestros Costos de venta y presionó nuestros gastos de MSD&A. Todo incluido, el Segmento de operación Río de la Plata alcanzó un crecimiento en el margen EBITDA de 210 bps.

El Segmento de operación Río de la Plata mostró una serie de innovaciones y nuevos lanzamientos. Debemos destacar el desarrollo y lanzamiento de un nuevo formato para la cerveza Sol en Argentina. Otros lanzamientos incluyen extensiones de marca como Santa Fe Frost, con una oferta más liviana y más refrescante. También se mantuvieron activas las actividades de marketing durante el verano, con el auspicio de variados eventos, incluyendo reconocidos festivales de música. Además debemos introducir a Schneider como uno de los auspiciadores del campeonato de fútbol argentino.

Las operaciones de Uruguay y Paraguay continuaron positivamente su integración y desarrollo: la inversión en activos de producción en la operación de Uruguay fue combinada con un nuevo envase para el agua mineral Nativa y para las bebidas gaseosas Nix; mientras que en la operación de Paraguay debemos destacar la introducción de Yogu-yogu y activas campañas de marketing ambas operaciones están siendo integradas a las plataformas de tecnologías de información de CCU.

3. VINOS

Total de ingresos por ventas aumentó 12,2% a CLP40.816 millones, debido a un aumento de 6,2% en los precios promedio, junto con volúmenes de venta⁵ 5,6% mayores.

EBIT aumentó 14,0% a CLP6.075 millones principalmente debido un aumento del Total de ingresos por ventas de 12,2% parcialmente compensado por aumento de 12,0% en los Costos de venta y gastos de MSD&A 9,6% mayores. El costo de ventas como porcentaje del Total de ingresos por ventas, disminuyó de 56,5% a 56,4%. Los MSD&A como porcentaje del Total de ingresos por ventas, disminuyeron de 29,8% a 29,1%. El margen EBIT aumentó de 14,7% a 14,9%.

EBITDA aumentó 13,3% a CLP7.957 millones y el Margen EBITDA aumentó 19 bps a 19,5%.

Comentarios: El Total de ingresos por ventas del Segmento de operación Vinos aumentó 12,2% a CLP40.816 millones, explicado principalmente por ventas de exportación 3,4% más altas medidas en dólares, debido a una buena ejecución en mercados estratégicos clave como Asia y América Latina; y a un aumento de 5,1% en las ventas nacionales, principalmente debido a un mejor mix de venta y a aumentos de precio durante el trimestre. El aumento de 12,0% en el Costo de ventas se debe principalmente al mayor costo del vino durante el 1T'15, compensado por las iniciativas de reducción de costos.

En términos de eficiencia, mantenemos nuestros esfuerzos y el firme compromiso de construir una operación sostenible en el largo plazo a través de una serie de iniciativas. Los planes de eficiencia se están ejecutando de manera disciplinada, con fuertes ahorros de costos en las operaciones en Argentina y Chile.

Este año, Viña San Pedro celebra su 150 aniversario. Frente a esta importante fecha, hemos lanzado una nueva imagen corporativa, que destaca la fecha de fundación y junta las presentaciones nacional y de exportación: durante este importante año, esperamos darle a nuestros consumidores 150 razones para celebrar.

Hemos comenzado el año con importantes reconocimientos enológicos, siendo los más relevantes el reconocimiento de "1865" como Top 100 en valor por Wine Spectator; los 91 puntos de Gran Reserva Tarapacá por Decanter; y el reconocimiento de Viña Leyda, por tercer año, entre las 50 "Marcas más Admiradas del Mundo del Vino"; manteniendo nuestro liderazgo en la posición de mercado según valor.

⁵Excluye vino a granel

INFORMACIÓN ADICIONAL Y TABLAS

DESCRIPCIÓN DE CCU

CCU es una empresa diversificada de bebidas, con operaciones principalmente en Chile, Argentina, Bolivia, Colombia, Paraguay y Uruguay. CCU es el mayor cervecero chileno, el segundo mayor productor de bebidas gaseosas en Chile, el mayor embotellador de aguas y néctares en Chile, el segundo cervecero en Argentina, el segundo mayor productor de vinos chilenos y el mayor distribuidor de pisco. También participa en los negocios del HOD, ron, y confites en Chile, en el de la cerveza, aguas y bebidas gaseosas en Uruguay, y en los negocios de bebidas gaseosas, aguas y néctares y en la distribución de cerveza en Paraguay y Bolivia. La Compañía tiene contratos de licencia y/o distribución con Heineken Brouwerijen B.V., Anheuser-Busch Incorporated, PepsiCo Inc., Schweppes Holdings Limited, Guinness Brewing Worldwide Limited, Société des Produits Nestlé S.A., Pernod Ricard, Compañía Pisquera Bauzá S.A y Coors Brewing Company. Para mayor información, visite www.ccu.cl.

INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD

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

GLOSARIO

Segmentos de Operación

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

- **Chile:** Este segmento comercializa Cervezas, Bebidas sin alcohol y Licores en el mercado chileno.
- **Río de la Plata:** Este segmento comercializa Cervezas, Sidras, Bebidas sin alcohol y Licores en el mercado de los países de Argentina, Uruguay y Paraguay.
- **Vinos:** Este segmento comercializa vinos, principalmente en los mercados de exportación a más de 80 países.
- **Otros/Eliminaciones:** Considera los gastos e ingresos corporativos y las eliminaciones de las transacciones realizadas entre segmentos generales no asignados y el resultado de la subsidiaria de logística.

Costo de venta

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

Deuda neta

La Deuda financiera total menos Efectivo y equivalentes de efectivo.

Deuda neta / EBITDA

Cálculo basado en el EBITDA de los últimos doce meses.

EBIT

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

EBITDA

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

Margen bruto

Margen bruto corresponde a la diferencia entre el Ingreso y el Costo de venta, y corresponde al resultado antes de impuestos, gastos financieros netos, resultados por unidades de reajuste, resultados de negocios conjuntos y otras ganancias / (pérdidas) por diferencias de tipo de cambio.

MSD&A

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

UF

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

Utilidad del período

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

Tabla 1: Estado de Resultados (Primer Trimestre 2015)

Primer Trimestre	2015	2014	2015	2014	Total
	(Millones de CLP)		(Millones de USD) ⁽¹⁾		Variación %
Total ingresos por ventas	382.834	334.811	613,1	536,2	14,3
Costo de Venta	(165.564)	(149.027)	(265,1)	(238,7)	11,1
% del Total de ingresos	43,2	44,5	43,2	44,5	-
Margen Bruto	217.270	185.784	348,0	297,5	16,9
MSD&A	(150.467)	(131.759)	(241,0)	(211,0)	14,2
% del Total de ingresos	39,3	39,4	39,3	39,4	-
Otros ingresos (gastos) de operación	1.361	1.992	2,2	3,2	(31,7)
EBIT	68.164	56.017	109,2	89,7	21,7
Margen EBIT	17,8	16,7	17,8	16,7	-
Gastos Financieros netos	(3.237)	(1.281)	(5,2)	(2,1)	152,8
Utilidad de negocios conjuntos y asociadas	(641)	(73)	(1,0)	(0,1)	N/A
Diferencia de cambio	1.379	(1.251)	2,2	(2,0)	(210,2)
Resultado por unidades de reajuste	7	(1.188)	0,0	(1,9)	(100,6)
Otras ganancias / (pérdidas)	625	1.284	1,0	2,1	(51,3)
Total Resultado no operacional	(1.867)	(2.509)	(3,0)	(4,0)	(25,6)
Utilidad antes de impuestos	66.297	53.508	106,2	85,7	23,9
Impuestos a las ganancias	(18.062)	(9.286)	(28,9)	(14,9)	94,5
Utilidad del período	48.234	44.222	77,2	70,8	9,1
Utilidad del período atribuible a:					
Propietarios de la controladora	43.289	40.568	69,3	65,0	6,7
Participaciones no controladoras	4.946	3.654	7,9	5,9	35,4
EBITDA	86.645	72.330	138,8	115,8	19,8
Margen EBITDA	22,6	21,6	22,6	21,6	-
INFORMACIÓN ADICIONAL					
Numero de Acciones	369.502.872	369.502.872	369.502.872	369.502.872	
Acciones por ADR	2	2	2	2	
Utilidad por acción	117,2	109,8	0,19	0,18	6,7
Utilidad por ADR	234,3	219,6	0,38	0,35	6,7
Depreciación	18.481	16.313	29,6	26,1	13,3
CAPEX	33.630	28.020	53,9	44,9	20,0

(1) Tipo de cambio Promedio del período: US\$1,00 = CLP 624,42

Tabla 2: Información de los Segmentos (Primer Trimestre 2015)

Primer Trimestre	1. Segmento de operación Chile ⁽¹⁾			2. Segmento de operación Río de la Plata			3. Segmento de operación Vinos		
	2015	2014	Total %	2015	2014	Total %	2015	2014	Total %
(En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera)									
Volúmenes	4.736	4.555	4,0	1.546	1.495	3,4	296	280	5,6
Total ingresos por ventas	246.150	221.766	11,0	96.048	76.584	25,4	40.816	36.371	12,2
Total ingresos (CLP/HL)	51.971	48.684	6,8	62.127	51.241	21,2	137.997	129.904	6,2
Costo de ventas	(106.270)	(98.736)	7,6	(37.555)	(32.350)	16,1	(23.011)	(20.538)	12,0
% del Total de ingresos	43,2	44,5		39,1	42,2		56,4	56,5	
Margen bruto	139.880	123.030	13,7	58.493	44.233	32,2	17.804	15.834	12,4
% del Total de ingresos	56,8	55,5		60,9	57,8		43,6	43,5	
MSD&A	(89.310)	(82.509)	8,2	(49.533)	(38.056)	30,2	(11.868)	(10.825)	9,6
% del Total de ingresos	36,3	37,2		51,6	49,7		29,1	29,8	
Otros ingresos (gastos) de operación	175	247	(29,1)	1.000	348	187,6	139	320	(56,4)
EBIT	50.746	40.768	24,5	9.960	6.526	52,6	6.075	5.328	14,0
Margen EBIT	20,6	18,4		10,4	8,5		14,9	14,7	
EBITDA	61.055	50.299	21,4	13.326	9.016	47,8	7.957	7.021	13,3
Margen EBITDA	24,8	22,7		13,9	11,8		19,5	19,3	

Primer Trimestre	4. Otros/Eliminaciones ⁽¹⁾			Total		
	2015	2014	Total %	2015	2014	Total %
(En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera)						
Volúmenes				6.578	6.330	3,9
Total ingresos por ventas	(180)	91	N/A	382.834	334.811	14,3
Total ingresos (CLP/HL)				58.198	52.894	10,0
Costo de ventas	1.272	2.597	(51,0)	(165.564)	(149.027)	11,1
% del Total de ingresos				43,2	44,5	
Margen bruto	1.093	2.688	(59,3)	217.270	185.784	16,9
% del Total de ingresos				56,8	55,5	
MSD&A	244	(370)	(166,0)	(150.467)	(131.759)	14,2
% del Total de ingresos				39,3	39,4	
Otros ingresos (gastos) de operación	46	1.077	N/A	1.361	1.992	(31,7)
EBIT	1.382	3.395	(59,3)	68.164	56.017	21,7
Margen EBIT	-	-		17,8	16,7	
EBITDA	4.307	5.994	(28,1)	86.645	72.330	19,8
Margen EBITDA	-	-		22,6	21,6	

(1) Considera ajustes de eliminaciones del Segmento de operación Chile que estaban incluidas en el Segmento Otros/Eliminaciones

Tabla 3: Balance

	Al 31 de marzo	Al 31 de diciembre	Al 31 de marzo	Al 31 de diciembre	% de cambio
	2015	2014	2015	2014	
	MM CLP		MM US\$(1)		
ACTIVOS					
Efectivo y equivalentes al efectivo	227.707	214.775	363	343	6,0
Otros activos corrientes	435.927	470.615	696	751	(7,4)
Total activos corrientes	663.634	685.390	1.059	1.094	(3,2)
Propiedades, plantas y equipos (neto)	868.215	851.256	1.386	1.359	2,0
Otros activos no corrientes	238.260	232.255	380	371	2,6
Total activos no corrientes	1.106.474	1.083.511	1.766	1.729	2,1
Total activos	1.770.108	1.768.901	2.825	2.823	0,1
PASIVOS					
Deuda financiera corriente	50.937	65.318	81	104	(22,0)
Otros pasivos	302.763	313.013	483	500	(3,3)
Total pasivos corrientes	353.700	378.331	564	604	(6,5)
Deuda financiera no corriente	133.688	134.535	213	215	(0,6)
Otros pasivos no corrientes	109.684	107.535	175	172	2,0
Total pasivos no corrientes	243.372	242.070	388	386	0,5
Total pasivos	597.072	620.401	953	990	(3,8)
PATRIMONIO NETO					
Capital emitido	562.693	562.693	898	898	-
Otras reservas	(74.656)	(75.051)	(119)	(120)	1
Ganancias acumuladas	559.590	537.945	893	859	4,0
Subtotal patrimonio neto atribuible a los propietarios de la controladora	1.047.627	1.025.588	1.672	1.637	2,1
Participaciones no controladoras	125.410	122.912	200	196	2,0
Total patrimonio neto	1.173.036	1.148.500	1.872	1.833	2,1
Total pasivos y patrimonio neto	1.770.108	1.768.901	2.825	2.823	0,1
INFORMACIÓN FINANCIERA ADICIONAL					
Total Deuda Financiera	184.624	199.853	295	319	(7,6)
Deuda Financiero Neta	(43.082)	(14.922)	(69)	(24)	188,7
Razón de liquidez	1,88	1,81			
Deuda Financiera / Capitalización	0,14	0,15			
Deuda Financiera Neta / EBITDA	(0,16)	(0,06)			

(1) Tipo de Cambio al 31 de Marzo de 2015: US\$1,00 = CLP 626,58