



Para más información contactar a:

Investor Relations

Linda Walstra (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 2016^{1;2;3}

Santiago, Chile, 3 de mayo de 2016 – CCU anunció hoy sus resultados financieros consolidados para el primer trimestre finalizado al 31 de marzo de 2016:

- Los **Volúmenes** aumentaron 6,3%. El Segmento de operación Chile creció 7,8%, el Segmento de operación Negocios Internacionales contribuyó con un incremento de 2,4% y el Segmento de operación Vinos mostró un aumento del 1,6%.
- El **Total de ingresos por ventas** aumentó 8,2% como consecuencia de Volúmenes consolidados 6,3% mayores, junto con precios promedio 1,8% más altos.
- El **Margen bruto** aumentó 6,3% explicado por un aumento de 8,2% en el Total de ingresos por ventas, parcialmente compensado por un crecimiento del Costo de ventas de 10,7%.
- El **EBITDA** aumentó 7,5%. Los Segmentos de operación Chile y Vinos contribuyeron de la siguiente forma: Chile con un aumento de 7,8% y Vinos con un aumento de 22,1%, parcialmente compensados por el Segmento de operación Negocios Internacionales con una disminución de 8,0%.
- La **Utilidad del período** aumentó 3,0% este trimestre.
- La **Utilidad por acción** aumentó 3,0% debido a una mayor Utilidad del período.

Principales indicadores (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera)	1T'16	1T'15	Cambio total %
Volúmenes	6.995	6.581	6,3
Total de ingresos por ventas	414.193	382.834	8,2
Margen bruto	230.896	217.270	6,3
EBIT	73.926	68.164	8,5
EBITDA	93.103	86.645	7,5
Utilidad del período	44.586	43.289	3,0
Utilidad por acción	120,7	117,2	3,0

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"), y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera.

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'16 comparadas con cifras del 1T'15. A menos que se indique lo contrario.

COMENTARIOS DEL GERENTE GENERAL

Los resultados de CCU del primer trimestre de 2016 mostraron un crecimiento del EBITDA de 7,5%, pasando de CLP 86.645 millones a CLP 93.103 millones. Este crecimiento fue impulsado por buenos volúmenes, a pesar de un entorno macroeconómico adverso en todas nuestras geografías, caracterizado por devaluación de nuestras principales monedas, inflación y desaceleración de las economías. El efecto estimado de la devaluación de las monedas fue de CLP 11.572 millones durante el trimestre, principalmente compensado por mayores precios y eficiencias conseguidas a través de nuestro programa “ExCCelencia CCU”. Como consecuencia, logramos mantener nuestro margen EBITDA, el cual llegó a 22,5% este trimestre, comparado con 22,6% el año pasado.

El EBITDA del Segmento de operación Chile creció 7,8%, impulsado por un aumento del Total de ingresos por ventas de 13,2% debido, en su mayoría, a volúmenes 7,8% mayores combinados con precios promedios 5,0% más altos. A pesar del débil crecimiento del IMACEC⁴ de 1,8% tuvimos un fuerte crecimiento de volúmenes debido a una buena ejecución en los puntos de venta, incluyendo marketing y promociones, lo que en un entorno tan competitivo durante el trimestre en todas las categorías, resultó en un aumento de participación de mercado. La devaluación de 12,4% del peso chileno, que afectó nuestros costos de venta con precios relacionados al valor del dólar en CLP 8.074 millones, combinado con las promociones anteriormente mencionados, resultaron en una contracción del Margen bruto que pasó de 56,8% a 53,9%. Esto fue parcialmente compensado por las eficiencias en nuestros costos y gastos, resultando en una contracción del margen EBITDA de 118 puntos base. Excluyendo el impacto de la devaluación del peso chileno, nuestro EBITDA hubiera crecido 21,0%, aumentando el margen EBITDA de 24,8% a 26,5%, una expansión de 172 puntos base.

El Segmento de operación Negocios Internacionales, compuesto por las operaciones en Argentina, Uruguay y Paraguay, reportó una disminución del EBITDA de 8,0% al medirlo en pesos chilenos, una disminución del margen EBITDA pasando de 13,9% a 13,3%, representando una contracción del margen EBITDA de 53 puntos base. Logramos crecer nuestros volúmenes un 2,4%, impulsados por todas nuestras geografías a pesar del escenario macroeconómico adverso, especialmente en Argentina después de la fuerte devaluación durante este trimestre, resultando en una devaluación promedio del peso argentino versus el dólar de un 66,2% al compararlo con el primer trimestre del 2015. El impacto de la devaluación en nuestros costos de ventas con precios relacionados al valor del dólar, fue parcialmente compensado por eficiencias.

El Segmento de operación Vinos siguió mostrando resultados positivos, el EBITDA aumentó de CLP 7.957 millones a CLP 9.712 millones, lo que representa un incremento de 22,1%, aumentando el margen EBITDA de 19,5% a 21,8%, lo que se traduce en una expansión del margen EBITDA de 228 puntos base. Esta mejora se explica por una combinación de eficiencias, el bajo costo del vino y un crecimiento de los ingresos por ventas de 9,3%. El crecimiento de los ingresos por ventas fue impulsado por el efecto positivo del alto tipo de cambio del dólar en el negocio de exportación así como por crecimiento en el negocio doméstico. El efecto positivo del alto tipo de cambio durante el trimestre fue CLP 1.810 millones.

Los resultados de este trimestre están alineados con nuestro Plan Estratégico 2016-2018 lo cual, como anunciamos anteriormente, tiene un doble foco: crecimiento y eficiencias. Los fuertes volúmenes reflejan los resultados de la inversión continua en nuestras marcas y ejecución en nuestros puntos de venta, y al mismo tiempo hemos logrado eficiencias adicionales a lo que fue realizado durante el año 2015.

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

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO (Tabla 1 y 2)
TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS

1T'16 Aumentaron 8,2% a CLP 414.193 millones como resultado de Volúmenes 6,3% mayores y precios promedio en pesos chilenos 1,8% más altos. El Segmento de operación Chile contribuyó con un crecimiento en el Total de ingresos por ventas de 13,2% dado precios promedio 5,0% más altos junto con volúmenes 7,8% mayores, y el Total de ingresos por ventas del Segmento de operación Vinos creció 9,3% dado el aumento en precios promedio y volúmenes de 7,6% y 1,6% respectivamente. Esto fue parcialmente compensado por el Segmento de operación Negocios Internacionales con una disminución de 4,4% del Total de ingresos por ventas, dado que el aumento de 2,4% en el volumen no pudo compensar la disminución de precios de 6,7% en el precio promedio medido en pesos chilenos.

Total de ingresos por ventas por Segmento de operación

	Total de ingresos por ventas (millones de CLP)				
	1T'16	Mix	1T'15	Mix	Cambio Total %
1. Segmento de operación Chile	278.629	67,3%	246.150	64,3%	13,2
2. Segmento de operación Negocios Internacionales	91.847	22,2%	96.048	25,1%	(4,4)
3. Segmento de operación Vinos	44.597	10,8%	40.816	10,7%	9,3
4. Otros/Eliminaciones	(880)	(0,2)%	(180)	(0,0)%	-
TOTAL	414.193	100,0%	382.834	100,0%	8,2

MARGEN BRUTO

1T'16 Aumentó 6,3% a CLP 230.896 millones, como resultado de un Total de ingresos por ventas 8,2% más alto, parcialmente compensado por un Costo de ventas 10,7% mayor. El Costo de venta como porcentaje del Total de ingresos por ventas aumentó de 43,2% a 44,3% debido a la continua devaluación de nuestras principales monedas, impactando nuestros Costos de venta relacionados al valor del dólar. Como consecuencia de lo anterior, el Margen bruto como porcentaje de Total de ingresos por ventas disminuyó de 56,8% a 55,7%.

EBIT

1T'16 Aumentó 8,5% a CLP 73.926 millones. El margen EBIT se mantuvo plano en 17,8%, dado que la disminución de 101 puntos base del Margen bruto fue compensada por la disminución de 109 puntos base en el los MSD&A como porcentaje del Total de ingresos por ventas.

EBIT y Margen EBIT por Segmento de operación

	EBIT (millones de CLP)					Margen EBIT		
	1T'16	Mix	1T'15	Mix	Cambio Total %	1T'16	1T'15	Cambio total (bps)
1. Segmento de operación Chile	54.193	73,3%	50.746	74,4%	6,8	19,4%	20,6%	(117)
2. Segmento de operación Negocios Internacionales	9.399	12,7 %	9.960	14,6 %	(5,6)	10,2 %	10,4 %	(14)
3. Segmento de operación Vinos	7.969	10,8%	6.075	8,9%	31,2	17,9%	14,9%	298
4. Otros/Eliminaciones	2.366	3,2 %	1.382	2,0 %	-	-	-	-
TOTAL	73.926	100,0%	68.164	100,0%	8,5	17,8%	17,8%	4

EBITDA

1T'16 Aumentó 7,5% a CLP 93.103 millones y el margen EBITDA disminuyó de 22,6% a 22,5%.

EBITDA y margen EBITDA por Segmento de operación

	EBITDA (millones de CLP)					Margen EBITDA		
	1T'16	Mix	1T'15	Mix	Cambio Total %	1T'16	1T'15	Cambio total (bps)
1. Segmento de operación Chile	65.820	70,7%	61.055	70,5%	7,8	23,6%	24,8%	(118)
2. Segmento de operación Negocios Internacionales	12.257	13,2 %	13.326	15,4 %	(8,0)	13,3 %	13,9 %	(53)
3. Segmento de operación Vinos	9.712	10,4%	7.957	9,2%	22,1	21,8%	19,5%	228
4. Otros/Eliminaciones	5.314	5,7 %	4.307	5,0 %	23,4	-	-	-
TOTAL	93.103	100,0%	86.645	100,0%	7,5	22,5%	22,6%	(15)

RESULTADO NO OPERACIONAL

1T'16 Disminuyó CLP 10.474 millones de una pérdida de CLP 1.867 millones a una pérdida de CLP 12.341 millones, principalmente explicado por:

- **Diferencia de cambio** que disminuyó CLP 1.998 millones, de una ganancia de CLP 1.379 millones a una pérdida de CLP 619 millones, principalmente debido al impacto de la devaluación del peso argentino en nuestros activos y pasivos en dólares en Argentina.
- **Resultado por unidades de reajuste.** La mayor inflación, traducida en una mayor variación del valor de la UF afectó el Resultado por unidades de reajuste por nuestra deuda en UF, que disminuyó de una ganancia de CLP 7 millones a una pérdida de CLP 678 millones.

IMPUESTOS A LAS GANANCIAS

1T'16 Disminuyeron CLP 6.802 millones. El aumento de la tasa del impuesto de primera categoría en Chile de 22,5% a 24,0% fue compensado por el efecto de la corrección monetaria del capital propio tributario debido a los ajustes por inflación, y por el efecto positivo de las fluctuaciones de tipo de cambio en los impuestos.

UTILIDAD ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA

1T'16 Aumentó 3,0% a CLP 44.586 millones, como resultado de una mayor Utilidad después de impuestos, parcialmente compensada por un mayor interés minoritario.

DESTACADOS DEL PRIMER TRIMESTRE POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN (Tabla 3)**1. CHILE**

Total de ingresos por ventas aumentó 13,2% a CLP 278.629 millones como resultado de volúmenes de venta 7,8% mayores y precios promedio 5,0% más altos.

EBIT aumentó 6,8% a CLP 54.193 millones principalmente explicado por un aumento en el Total de ingresos por ventas de 13,2%, parcialmente compensado por un Costo de ventas 20,8% mayor y gastos de MSD&A 7,8% más altos. El Costo de ventas como porcentaje del Total de ingresos por ventas aumentó de 43,2% a 46,1%. Los MSD&A como porcentaje del Total de ingresos por ventas disminuyeron de 36,3% a 34,6%. El margen EBIT disminuyó de 20,6% a 19,4%.

EBITDA aumentó 7,8% a CLP 65.820 millones y el margen EBITDA disminuyó de 24,8% a 23,6%.

Comentarios: El crecimiento del volumen, tanto en cervezas como en no alcohólicos, fue principalmente debido a una buena ejecución en el punto de venta y a una buena implementación de nuestras actividades de comercialización. Los volúmenes junto con las eficiencias obtenidas del programa “ExCCelencia CCU” nos ayudaron a incrementar nuestro EBITDA, a pesar de las difíciles condiciones macroeconómicas incluyendo la devaluación del peso chileno que continuó impactando nuestros costos de ventas en dólares y aumentando los costos operacionales.

Continuamos con nuestra estrategia de largo plazo de creación de marcas en todas nuestras categorías. En nuestra categoría de cervezas lanzamos muchas innovaciones como la lata delgada de Heineken, la primera cerveza en Chile en una lata de 250cc, un nuevo empaque para Cristal light y una imagen renovada de las latas de la marca Escudo. Para ampliar nuestro portafolio de cócteles lanzamos La Serena Sour con jugo natural de limón y Campanario Mango Colada, un cóctel con base de pisco y preparado con crema y sabor mango y coco.

En este verano el “Team Cristal” viajó a las playas y a otros destinos de vacaciones a lo largo de todo el país para promover nuestra marca de cervezas Cristal. Auspiciamos eventos masivos tales como Lollapalooza y el Festival de Viña con Pepsi, el Iron Man de Pucón con Gatorade, el challenger de tenis Cachantún Cup, y “Mistral en Concierto” para celebrar los 80 años del pueblo Pisco Elqui, el centro de la tradicional región del pisco.

2. NEGOCIOS INTERNACIONALES

Total de ingresos por ventas en pesos chilenos disminuyó 4,4% como resultado de precios promedio en pesos chilenos 6,7% menores, parcialmente compensados por un aumento de 2,4% en los volúmenes de venta.

EBIT medido en pesos chilenos disminuyó a CLP 9.399 millones explicado por una disminución en el Total de Ingresos por ventas de 4,4% y gastos de MSD&A 5,9% más alto, parcialmente compensados por un Costo de ventas 4,5% más bajo en pesos chilenos. El Costo de ventas como porcentaje del Total de ingresos por ventas se mantuvo en 39,1%. Los MSD&A como porcentaje del Total de ingresos por ventas disminuyeron de 51,6% a 50,7%. El margen EBIT bajó de 10,4% a 10,2%.

EBITDA medido en pesos chilenos disminuyó 8,0% a CLP 12.257 millones y el margen EBITDA bajó de 13,9% a 13,3%.

Comentarios: Los volúmenes aumentaron 2,4% a pesar de un difícil escenario competitivo y macroeconómico, caracterizado por la consolidación en el mercado cervecero, la devaluación, la inflación y por la desaceleración de las economías. Este crecimiento fue impulsado por buena ejecución en los puntos de venta y por estrategia de empaque.

La alta devaluación de la región comparada con el T1'15, de 66,2% en Argentina, de 27,5% en Uruguay y de 21,8% en Paraguay, que impactó nuestros costos de ventas con precios relacionados al valor del dólar y la mayor inflación fueron parcialmente compensados por los beneficios provenientes del programa "ExCCelencia CCU" y por las iniciativas de gestión de ingresos. Como consecuencia pudimos mitigar parcialmente la presión en nuestro margen EBITDA, que disminuyó 53 puntos base.

En Uruguay se lanzó la marca de néctares Watt's, una marca que ya estaba presente en Paraguay y en Chile desde hace 23 y 75 años respectivamente. Hemos comenzado a producir, comercializar y distribuir esta fuerte y exitosa marca en Uruguay, haciendo uso de la nueva línea de producción hotfill, que fue inaugurada en este trimestre. También lanzamos el agua saborizada Nativa Manzana sin Gas en empaque familiar e individual, aumentando nuestro portafolio de aguas con sabor a cuatro.

En este trimestre firmamos un acuerdo con la Unión Argentina de Rugby para que nuestra marca de cervezas Imperial sea el auspiciador de los equipos nacionales. En Paraguay iniciamos el auspicio del Club Olimpia con la marca de cervezas Coors 1873. En Uruguay renovamos el auspicio con nuestra marca Nativa al piloto de carreras de auto uruguayo Santiago Urrutia.

3. VINOS

Total de Ingresos por ventas aumentó 9,3% a CLP 44.597 millones debido a un aumento de 7,6% en los precios promedio junto con volúmenes de venta⁵ 1,6% mayores.

EBIT aumentó 31,2% a CLP 7.969 millones principalmente explicado por un aumento de 9,3% en el Total de Ingresos por ventas y gastos de MSD&A 0,9% más bajos, parcialmente compensado por un aumento de 8,2% en el Costo de ventas. El Costo de ventas como porcentaje del Total de Ingresos por ventas disminuyó de 56,4% a 55,8%. Los MSD&A como porcentaje del Total de Ingresos por venta disminuyeron de 29,1% a 26,4%. El margen EBIT aumentó de 14,9% a 17,9%.

EBITDA aumentó 22,1% a CLP 9.712 millones y el margen EBITDA aumentó 228 puntos base a 21,8%.

Comentarios: En nuestro mercado doméstico Chileno los volúmenes aumentaron 7,6%, explicados por una buena ejecución en nuestros puntos de venta en las categorías de vinos embotellados y en las masivas.

El Total de ingresos por ventas en el negocio de exportación aumentó 9,3% como resultado de precios promedio 12,8% más altos en pesos chilenos dados el mayor tipo de cambio y los esfuerzos en la gestión de ingresos, parcialmente compensados por volúmenes 3,1% menores. Tuvimos buenos resultados en el mercado asiático que impactó positivamente nuestros volúmenes, compensado por la baja en los volúmenes en Brasil.

La excelente vendimia de 2015 impactó completamente los resultados en este trimestre bajando el costo promedio por litro.

Continuamos con el desarrollo de nuestro plan de expansión de la planta de Molina que contempla casi doblar la capacidad productiva actual de esta planta. Durante el primer trimestre la nueva línea de botellas entro a producción entregándonos importantes economías de escala que nos ayudarán en nuestra rentabilidad de largo plazo.

Durante el primer trimestre de 2016, Viña San Pedro inauguró la nueva planta de Biogás y se convirtió en la primera viña del mundo en generar energía renovable a base de biogás usando el 100% de sus desechos de las vendimias. La nueva planta de Biogás generará 1MW/hora de energía limpia que, en otras palabras, es el equivalente al consumo de 3.200 hogares y al 60% de la electricidad y energía termal requerida por la viña.

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, bebidas funcionales y ron en Chile, en el de la cerveza, aguas y bebidas no alcohólicas 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 y Coors Brewing Company.

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.
- **Negocios Internacionales:** Este segmento comercializa Cervezas, Sidras, Bebidas sin alcohol y Licores en el mercado de los países de Argentina, Uruguay y Paraguay.
- **Vinos:** Este segmento comercializa vinos, principalmente en los mercados de exportación a más de 80 países.
- **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 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.

Ítems Excepcionales (IE)

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

Margen bruto

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

MSD&A

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

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.

Utilidad por acción

Utilidad del ejercicio dividida por el número total de acciones.

Tabla 1: Estado de Resultados (Primer trimestre 2016)

Primer Trimestre	2016	2015	Total
	(Millones de CLP)		Variación %
Total Ingresos por ventas	414.193	382.834	8,2
Costo de Venta	(183.297)	(165.564)	10,7
% del Total de ingresos	44,3	43,2	
Margen Bruto	230.896	217.270	6,3
MSD&A	(158.283)	(150.467)	5,2
% del Total de ingresos	38,2	39,3	
Otros ingresos (gastos) de operación	1.313	1.361	(3,5)
Items Excepcionales	-		
EBIT	73.926	68.164	8,5
Margen EBIT	17,8	17,8	
Gastos Financieros netos	(3.002)	(3.237)	(7,3)
Utilidad de negocios conjuntos y asociadas	(1.195)	(641)	86,4
Diferencia de cambio	(619)	1.379	(144,9)
Resultado por unidades de reajuste	(678)	7	N/A
Otras ganancias / (pérdidas)	(6.848)	625	N/A
Total Resultado no operacional	(12.341)	(1.867)	N/A
Utilidad antes de impuestos	61.585	66.297	(7,1)
Impuestos a las ganancias	(11.261)	(18.062)	(37,7)
Utilidad del período	50.324	48.234	4,3

Utilidad del período atribuible a:			
Propietarios de la controladora	44.586	43.289	3,0
Participaciones no controladoras	5.738	4.946	16,0

EBITDA	93.103	86.645	7,5
Margen EBITDA	22,5	22,6	-

INFORMACIÓN ADICIONAL			
Número de Acciones	369.502.872	369.502.872	
Acciones por ADR	2	2	
Utilidad por acción	120,7	117,2	3,0
Utilidad por ADR	241,3	234,3	3,0
Depreciación	19.177	18.481	3,8
CAPEX	23.248	33.630	(30,9)

Tabla 3: Información por segmentos (Primer trimestre 2016)

Primer Trimestre <small>(En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera)</small>	1. Segmento de operación Chile ⁽¹⁾			2. Segmento de operación Negocios Internacionales ⁽¹⁾			3. Segmento de operación Vinos		
	2016	2015	Total %	2016	2015	Total %	2016	2015	Total %
Volúmenes	5.111	4.740	7,8	1.583	1.545	2,4	300	296	1,6
Total Ingresos por ventas	278.629	246.150	13,2	91.847	96.048	(4,4)	44.597	40.816	9,3
Total ingresos (CLP/HL)	54.513	51.929	5,0	58.013	62.148	(6,7)	148.476	137.997	7,6
Costo de ventas	(128.381)	(106.270)	20,8	(35.871)	(37.555)	(4,5)	(24.906)	(23.011)	8,2
% del Total de ingresos	46,1	43,2		39,1	39,1		55,8	56,4	
Margen bruto	150.248	139.880	7,4	55.977	58.493	(4,3)	19.690	17.804	10,6
% del Total de ingresos	53,9	56,8		60,9	60,9		44,2	43,6	
MSD&A	(96.301)	(89.310)	7,8	(46.594)	(49.533)	(5,9)	(11.766)	(11.868)	(0,9)
% del Total de ingresos	34,6	36,3		50,7	51,6		26,4	29,1	
Otros ingresos (gastos) de operación	246	175	40,5	16	1.000	(98,4)	44	139	(68,5)
Ítems Excepcionales	-	-		-	-		-	-	
EBIT	54.193	50.746	6,8	9.399	9.960	(5,6)	7.969	6.075	31,2
Margen EBIT	19,4	20,6		10,2	10,4		17,9	14,9	
EBITDA	65.820	61.055	7,8	12.257	13.326	(8,0)	9.712	7.957	22,1
Margen EBITDA	23,6	24,8		13,3	13,9		21,8	19,5	

Primer Trimestre <small>(En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera)</small>	4. Otros/Eliminaciones ⁽¹⁾			Total		
	2016	2015	Total %	2016	2015	Total %
Volúmenes				6.995	6.581	6,3
Total Ingresos por ventas	(880)	(180)	389,7	414.193	382.834	8,2
Total ingresos (CLP/HL)				59.214	58.169	1,8
Costo de ventas	5.861	1.272	360,7	(183.297)	(165.564)	10,7
% del Total de ingresos				44,3	43,2	
Margen bruto	4.981	1.092	356,0	230.896	217.270	6,3
% del Total de ingresos				55,7	56,8	
MSD&A	(3.622)	244	N/A	(158.283)	(150.467)	5,2
% del Total de ingresos				38,2	39,3	
Otros ingresos (gastos) de operación	1.007	46	N/A	1.313	1.361	(3,5)
Ítems Excepcionales	-	-		-	-	
EBIT	2.366	1.382	71,2	73.926	68.164	8,5
Margen EBIT	-	-		17,8	17,8	
EBITDA	5.314	4.307	23,4	93.103	86.645	7,5
Margen EBITDA	-	-		22,5	22,6	

(1) Considera ajustes de eliminaciones de los Segmentos de operación Chile y Negocios Internacionales que estaban incluidas en el Segmento Otros/Eliminaciones.

Tabla 5: Balance

	Al 31 de marzo	Al 31 de diciembre	Total Variación %
	2016	2015	
MM CLP			
ACTIVOS			
Efectivo y equivalentes al efectivo	225.018	192.554	16,9
Otros activos corrientes	444.847	491.758	(9,5)
Total activos corrientes	669.865	684.312	(2,1)
Propiedades, plantas y equipos (neto)	865.820	872.667	(0,8)
Otros activos no corrientes	265.711	266.377	(0,3)
Total activos no corrientes	1.131.532	1.139.045	(0,7)
Total activos	1.801.396	1.823.357	(1,2)
PASIVOS			
Deuda financiera corriente	51.162	43.974	16,3
Otros pasivos	333.241	344.717	(3,3)
Total pasivos corrientes	384.403	388.691	(1,1)
Deuda financiera no corriente	133.189	136.927	(2,7)
Otros pasivos no corrientes	109.009	110.217	(1,1)
Total pasivos no corrientes	242.198	247.144	(2,0)
Total pasivos	626.602	635.834	(1,5)
PATRIMONIO NETO			
Capital emitido	562.693	562.693	-
Otras reservas	(128.411)	(103.226)	(24,4)
Ganancias acumuladas	620.642	598.349	3,7
Subtotal patrimonio neto atribuible a los propietarios de la controladora	1.054.925	1.057.816	(0,3)
Participaciones no controladoras	119.869	129.706	(7,6)
Total patrimonio neto	1.174.795	1.187.522	(1,1)
Total pasivos y patrimonio neto	1.801.396	1.823.357	(1,2)
INFORMACIÓN FINANCIERA ADICIONAL			
Total Deuda Financiera	184.351	180.901	1,9
Deuda Financiero Neta	(40.667)	(11.654)	249,0
Razón de liquidez	1,74	1,76	
Deuda Financiera / Capitalización	0,14	0,13	
Deuda Financiera Neta / EBITDA	(0,14)	(0,04)	