



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 CUARTO TRIMESTRE 2015^{1;2;3}

Santiago, Chile, 2 de febrero de 2016 – CCU anunció hoy sus resultados financieros consolidados para el cuarto trimestre finalizado al 31 de diciembre de 2015:

- Los **Volúmenes** aumentaron 1,5%. Este trimestre el Segmento de operación Chile creció 1,6%, el Segmento de operación Negocios Internacionales contribuyó con un incremento de 1,4% y el Segmento de operación Vinos mostró un aumento del 1,9%.
- El **Total de ingresos por ventas** aumentó 14,2% como consecuencia de precios promedio 12,5% mayores junto con Volúmenes consolidados 1,5% mayores.
- El **Margen bruto** aumentó 13,1% por una combinación de un Total de ingresos por ventas 14,2% mayores, parcialmente compensado por un crecimiento del Costo de ventas de 15,6%.
- El **EBITDA** aumentó 14,4%. Todos los Segmentos de operación contribuyeron de la siguiente forma: Chile con un aumento del 7,2%, Negocios Internacionales con un aumento del 50,6% y Vinos con un aumento del 47,6%.
- La **Utilidad del período** disminuyó 5,7% este trimestre.
- La **Utilidad por acción** disminuyó 5,7% debido a una menor Utilidad del período.

| Principales indicadores (En M.H.L. o millones de pesos a menos que se indique de otra manera) | 4T'15 | 4T'14 | Cambio total % |
|---|----------------|--------------|-----------------------|
| Volúmenes | 6.944 | 6.839 | 1,5 |
| Total de ingresos por ventas | 451.952 | 395.649 | 14,2 |
| Margen bruto | 248.506 | 219.649 | 13,1 |
| EBIT | 69.263 | 61.441 | 12,7 |
| EBITDA | 91.884 | 80.304 | 14,4 |
| Utilidad del período | 38.287 | 40.600 | (5,7) |
| Utilidad por acción | 103,6 | 109,9 | (5,7) |

| Principales indicadores (En M.H.L. o millones de pesos a menos que se indique de otra manera) | Acum '15 | Acum '14 | Cambio total % |
|---|------------------|-----------------|-----------------------|
| Volúmenes | 23.910 | 22.898 | 4,4 |
| Total de ingresos por ventas | 1.498.372 | 1.297.966 | 15,4 |
| Margen bruto | 813.296 | 693.429 | 17,3 |
| EBIT | 204.937 | 179.920 | 13,9 |
| EBITDA | 286.504 | 248.528 | 15,3 |
| Utilidad del ejercicio | 120.808 | 119.557 | 1,0 |
| Utilidad por acción | 326,9 | 323,6 | 1,0 |

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 4T'15 comparadas con cifras del 4T'14. A menos que se indique lo contrario.

COMENTARIOS DEL GERENTE GENERAL

Los resultados de CCU del cuarto trimestre de 2015 mostraron un crecimiento del EBITDA de 14,4%. A pesar de un menor crecimiento de los volúmenes de 1,5% debido a la desaceleración de las economías, fuimos capaces de alcanzar esta mejora del EBITDA, pasando de CLP 80.304 millones a CLP 91.884 millones en un entorno macroeconómico adverso, donde las monedas siguieron devaluándose. El efecto estimado de la devaluación de las monedas fue de CLP 7.789 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 de 20,3%.

El EBITDA del Segmento de operación Chile creció 7,2%, impulsado por eficiencias y un crecimiento de los ingresos por ventas de 6,4%, debido, en su mayoría, a precios promedio 4,8% mayores, compensando la devaluación de 16,6% del peso chileno, que afectó nuestros costos de venta con precios relacionados al valor del dólar. El crecimiento del volumen fue moderado debido a la desaceleración de la economía, donde fuimos capaces de mantener la participación de mercado en un escenario muy competitivo. Durante este trimestre entramos al negocio de jugos en polvo en asociación con Empresas Carozzi S.A., complementando nuestro portafolio de bebidas no alcohólicas; su distribución comenzará en abril de 2016.

El Segmento de operación Negocios Internacionales, compuesto por las operaciones en Argentina, Uruguay y Paraguay, reportó un crecimiento del EBITDA de 50,6%, representando una expansión del margen EBITDA de 254 puntos base. Logramos obtener un crecimiento en participación de mercado, sin embargo, producto de un escenario macroeconómico adverso y de condiciones meteorológicas desfavorables, especialmente en Argentina durante octubre y noviembre, tuvimos un moderado crecimiento en el volumen de ventas. Los ingresos por ventas crecieron 27,6%, impulsados por precios promedio 25,8% mayores, compensando los altos niveles de devaluación en la región, incluyendo la devaluación de 18,0% del peso Argentino en el trimestre.

El Segmento de operación Vinos siguió mostrando resultados positivos donde el EBITDA creció de CLP 6.866 millones a CLP 10.132 millones, lo que representa un incremento de 47,6% comparado con el mismo trimestre del año anterior, lo que se traduce en una expansión del margen EBITDA de 534 puntos base. Esta mejora se explica por una combinación de eficiencias, la excelente vendimia de 2015 y un crecimiento de los ingresos por ventas de 10,9%. 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 un fuerte crecimiento en el negocio doméstico, donde aumentamos nuestra participación de mercado.

En este trimestre, vendimos las marcas de snacks Calaf y Natur, reduciendo la proporción de categorías sinérgicas en nuestro portafolio. En la categoría de licores, vendimos nuestra participación en pisco Bauzá. El efecto total de estas ventas fue de CLP 1.694 millones negativos a nivel de Utilidad Neta. Con todo incluido, nuestra Utilidad Neta del trimestre disminuyó 5,7%, aunque al excluir estos hechos, la Utilidad Neta disminuyó 1,5%.

Esto cierra 2015 con un crecimiento del EBITDA de 15,3%, un margen EBITDA de 19,1% y una Utilidad Neta de CLP 120.808 millones, lo que representa un incremento de 1,0%. A pesar de las economías desaceleradas fuimos capaces de generar un crecimiento de los ingresos por ventas de 15,4%. Al excluir la contraprestación recibida por nuestra subsidiaria Argentina CICSA durante 2T'14, por el término del contrato que nos permitía importar y distribuir las cervezas *Corona* y *Negra Modelo* en Argentina y producir y distribuir la cerveza Budweiser en Uruguay, y las ventas de las marcas anteriormente mencionadas, el EBITDA aumentó 24,8%, el margen EBITDA mejoró 143 puntos base y la Utilidad Neta creció 14,2%.

El año 2015 ha demostrado nuestra fuerza para operar de forma exitosa bajo condiciones macroeconómicas adversas e intensa competencia, mostrando que estamos bien posicionados para enfrentar los desafíos y oportunidades de los próximos años. Hemos elaborado un nuevo Plan Estratégico 2016-2018, basado en dos pilares: crecimiento y eficiencias. Nos hemos propuesto crecer rentablemente en todas nuestras categorías y negocios, y al mismo tiempo buscaremos eficiencias con determinación, ejecutando nuestro programa “ExCCelencia CCU” en los seis países donde operamos, con especial foco en nuestras principales categorías: cervezas y bebidas no-alcohólicas.

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

4T'15 Aumentaron 14,2% a CLP 451.952 millones como resultado de un aumento de 12,5% en los precios promedio, junto con Volúmenes 1,5% mayores. Todos los Segmentos de operación contribuyeron a este crecimiento en el Total de ingresos por ventas de la siguiente manera: Negocios Internacionales contribuyó con un aumento en el Total de ingresos por ventas de 27,6%, dado precios promedio 25,8% mayores junto con volúmenes 1,4% mayores; el Total de ingresos por ventas del Segmento de operación Vinos aumentó 10,9% dado el aumento en precios promedio y en volúmenes de ventas de 8,8% y 1,9% respectivamente; finalmente el Segmento de operación Chile con 6,4% de crecimiento dado precios promedio 4,8% mayores junto con volúmenes 1,6% mayores.

2015 El Total de ingresos por ventas aumentó 15,4% a CLP 1.498.372 millones como resultado de un aumento en los precios promedio de 10,6% y Volúmenes 4,4% más altos.

Total de ingresos por ventas por Segmento de operación

| | Total de ingresos por ventas (millones de CLP) | | | | |
|---|--|---------------|----------------|---------------|----------------|
| | 4T'15 | Mix | 4T'14 | Mix | Cambio Total % |
| 1. Segmento de operación Chile | 263.311 | 58,3% | 247.414 | 62,5% | 6,4 |
| 2. Segmento de operación Negocios Internacionales | 140.423 | 31,1% | 110.066 | 27,8% | 27,6 |
| 3. Segmento de operación Vinos | 47.107 | 10,4% | 42.469 | 10,7% | 10,9 |
| 4. Otros/Eliminaciones | 1.111 | 0,2 % | (4.299) | (1,1)% | - |
| TOTAL | 451.952 | 100,0% | 395.649 | 100,0% | 14,2 |

| | Total de Ingresos por ventas (millones de CLP) | | | | |
|---|--|---------------|------------------|---------------|----------------|
| | Acum '15 | Mix | Acum '14 | Mix | Cambio Total % |
| 1. Segmento de operación Chile | 902.021 | 60,2% | 830.341 | 64,0% | 8,6 |
| 2. Segmento de operación Negocios Internacionales | 405.714 | 27,1% | 299.668 | 23,1% | 35,4 |
| 3. Segmento de operación Vinos | 189.515 | 12,6% | 172.349 | 13,3% | 10,0 |
| 4. Otros/Eliminaciones | 1.122 | - | (4.391) | - | - |
| TOTAL | 1.498.372 | 100,0% | 1.297.966 | 100,0% | 15,4 |

MARGEN BRUTO

4T'15 Aumentó 13,1% a CLP 248.506 millones, como resultado de un Total de ingresos por ventas 14,2% más alto, parcialmente compensado por un Costo de ventas 15,6% mayor. El Costo de venta como porcentaje del Total de ingresos por ventas aumentó de 44,5% a 45,0% debido a la continua devaluación de nuestras principales monedas, impactando nuestras materias primas con precios relacionados al valor del dólar, sin embargo esto fue parcialmente compensado por un menor precio de las materias primas. El Margen bruto como porcentaje de Total de ingresos por ventas disminuyó de 55,5% a 55,0%.

2015 El Margen bruto aumentó 17,3% a CLP 813.296 millones y como porcentaje del Total de ingresos por ventas aumentó de 53,4% a 54,3%.

EBIT

4T'15 Aumentó 12,7% a CLP 69.263 millones. El margen EBIT disminuyó 20 puntos base a 15,3%, principalmente explicado por un menor Margen Bruto como porcentaje del Total de ingresos por ventas y gastos de MSD&A 15,6% mayores. Los gastos MSD&A como porcentaje del Total de ingresos por ventas aumentaron de 39,8% a 40,2%.

2015 El EBIT aumentó 13,9% a CLP 204.937 millones y el margen EBIT disminuyó de 13,9% a 13,7%. Al excluir el efecto positivo y único de las contraprestaciones de CLP 18.882 millones recibidas por nuestra subsidiaria argentina CICSA en el 2T'14 por el término del contrato que nos permitía importar y distribuir exclusivamente en Argentina las cervezas Corona y Negra Modelo, y la licencia para la fabricación y distribución de cerveza Budweiser en Uruguay, el EBIT aumentó 27,3%, lo que significa un aumento de 127 puntos base en el margen EBIT.

EBIT y Margen EBIT por Segmento de operación

| | EBIT (millones de CLP) | | | | | Margen EBIT | | |
|---|------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|--------------|--------------|--------------------|
| | 4T'15 | Mix | 4T'14 | Mix | Cambio Total % | 4T'15 | 4T'14 | Cambio total (bps) |
| 1. Segmento de operación Chile | 47.080 | 68,0% | 44.980 | 73,2% | 4,7 | 17,9% | 18,2% | (30) |
| 2. Segmento de operación Negocios Internacionales | 19.659 | 28,4 % | 12.335 | 20,1% | 59,4 | 14,0 % | 11,2 % | 279 |
| 3. Segmento de operación Vinos | 8.211 | 11,9% | 4.950 | 8,1% | 65,9 | 17,4% | 11,7% | 577 |
| 4. Otros/Eliminaciones | (5.686) | (8,2)% | (823) | (1,3)% | - | - | - | - |
| TOTAL | 69.263 | 100,0% | 61.441 | 100,0% | 12,7 | 15,3% | 15,5% | (20) |

| | EBIT (millones de CLP) | | | | | Margen EBIT | | |
|--|------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|--------------|--------------|--------------------|
| | Acum '15 | Mix | Acum '14 | Mix | Cambio Total % | Acum '15 | Acum '14 | Cambio Total (bps) |
| 1. Segmento de operación Chile | 153.924 | 75,1% | 129.740 | 72,1% | 18,6 | 17,1% | 15,6% | 144 |
| 2. Segmento de operación Negocios Internacionales ⁽¹⁾ | 30.266 | 14,8 % | 28.152 | 15,6 % | 7,5 | 7,5 % | 9,4 % | (193) |
| 3. Segmento de operación Vinos | 32.533 | 15,9% | 24.780 | 13,8% | 31,3 | 17,2% | 14,4% | 279 |
| 4. Otros/Eliminaciones | (11.786) | (5,8)% | (2.752) | (1,5)% | - | - | - | - |
| TOTAL | 204.937 | 100,0% | 179.920 | 100,0% | 13,9 | 13,7% | 13,9% | (8) |

(1) Incluye el efecto por CLP 18.882 millones a nivel de EBIT de los acuerdos alcanzados por la subsidiaria argentina Compañía Industrial Cervecería S.A. ("CICSA") con Cervecería Modelo S. de R.L. de CV y con Anheuser-Busch LLC, relacionadas de ABINBEV, con fecha 28 de mayo de 2014. El 7 de junio de 2014 se han dado por terminados: i) el contrato de importación que permitía a CICSA importar y distribuir exclusivamente en Argentina las cervezas Corona y Negra Modelo, y ii) la licencia para la fabricación y distribución de cerveza Budweiser en Uruguay.

EBITDA

4T'15 Aumentó 14,4% a CLP 91.884 millones y el margen EBITDA se mantuvo plano en 20,3%.

2015 Aumentó 15,3% a CLP 286.504 millones y el margen EBITDA se mantuvo en 19,1%. Al excluir el efecto de las contraprestaciones recién mencionadas, el EBITDA aumentó 24,8%, lo que significa una expansión de 143 puntos base en el margen EBITDA.

EBITDA y margen EBITDA por Segmento de operación

| | EBITDA (millones de CLP) | | | | | Margen EBITDA | | |
|---|--------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|--------------|--------------------|
| | 4T'15 | Mix | 4T'14 | Mix | Cambio Total % | 4T'15 | 4T'14 | Cambio total (bps) |
| 1. Segmento de operación Chile | 59.573 | 64,8% | 55.569 | 69,2% | 7,2 | 22,6% | 22,5% | 16 |
| 2. Segmento de operación Negocios Internacionales | 23.307 | 25,4 % | 15.472 | 19,3 % | 50,6 | 16,6 % | 14,1 % | 254 |
| 3. Segmento de operación Vinos | 10.132 | 110% | 6.866 | 8,5% | 47,6 | 21,5% | 16,2% | 534 |
| 4. Otros/Eliminaciones | (1.128) | (12)% | 2.397 | 3,0 % | (147,1) | - | - | - |
| TOTAL | 91.884 | 100,0% | 80.304 | 100,0% | 14,4 | 20,3% | 20,3% | 3 |

| | EBITDA (millones de CLP) | | | | | Margen EBITDA | | |
|--|--------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------|--------------------|
| | Acum '15 | Mix | Acum '14 | Mix | Cambio Total % | Acum '15 | Acum '14 | Cambio Total (bps) |
| 1. Segmento de operación Chile | 199.690 | 69,7% | 168.573 | 67,8% | 18,5 | 22,1% | 20,3% | 184 |
| 2. Segmento de operación Negocios Internacionales ⁽¹⁾ | 44.600 | 15,6 % | 39.347 | 15,8 % | 13,4 | 11,0 % | 13,1 % | (214) |
| 3. Segmento de operación Vinos | 40.102 | 14,0% | 31.896 | 12,8% | 25,7 | 21,2% | 18,5% | 265 |
| 4. Otros/Eliminaciones | 2.111 | 0,7 % | 8.712 | 3,5 % | (75,8) | - | - | - |
| TOTAL | 286.504 | 100,0% | 248.528 | 100,0% | 15,3 | 19,1% | 19,1% | (3) |

(1) Incluye el efecto por CLP 1.882 millones a nivel de EBITDA de los acuerdos alcanzados por la subsidiaria argentina Compañía Industrial Cervecera S.A. ("CICSA") con Cervecería Modelo S. de R.L. de CV y con Anheuser-Busch LLC, relacionadas de ABINBEV, con fecha 28 de mayo de 2014. El 7 de junio de 2014 se han dado por terminados: i) el contrato de importación que permitía a CICSA importar y distribuir exclusivamente en Argentina las cervezas Corona y Negra Modelo, y ii) la licencia para la fabricación y distribución de cerveza Budweiser en Uruguay.

RESULTADO NO OPERACIONAL

4T'15 Disminuyó CLP 1.956 millones de una pérdida de CLP 5.909 millones a una pérdida de CLP 7.864 millones, principalmente explicado por:

- **Utilidad de negocios conjuntos y asociadas** que disminuyó de una pérdida de CLP 184 millones a una pérdida de CLP 2.229 millones, principalmente debido a la transacción relacionada a la venta de las marcas de snacks Calaf y Natur.
- **Otras ganancias / (pérdidas)** que disminuyeron de una ganancia de CLP 42 millones a una pérdida de CLP 700 millones, parcialmente explicado por la provisión relacionada a la transacción de la venta de la participación del 49% en Compañía Pisquera Bauzá S.A.

2015 Disminuyó CLP 1.545 millones de una pérdida de CLP 12.752 millones a una pérdida de CLP 14.297 millones, principalmente debido a mayores Gastos Financieros netos, menores Utilidades de negocios conjuntos y asociadas, parcialmente compensado por mayores ganancias por Otras ganancias / (pérdidas).

IMPUESTOS A LAS GANANCIAS

4T'15 Aumentaron CLP 6.779 millones, debido a mejores resultados en todos nuestros Segmentos de operación, al aumento del impuesto de primera categoría que subió de 21,0% a 22,5% y a al efecto de la corrección monetaria del capital propio tributario, causada por una menor inflación en Chile.

2015 Aumentaron CLP 17.836 millones, principalmente explicado por mejores resultados en todos los Segmentos de operación, por el aumento del impuesto de primera categoría en Chile de 21,0% a 22,5%, por el efecto de la corrección monetaria del capital propio tributario causada por una menor inflación en 2015 comparado con 2014 en Chile y por el efecto negativo de la fluctuación de los tipos de cambio en los impuestos.

UTILIDAD ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA

4T'15 Disminuyó 5,7% a CLP 38.287 millones.

2015 Aumentó CLP 1.251 millones a CLP 120.808 millones como resultado de una mayor Utilidad antes de impuestos, parcialmente compensada por un mayor Interés minoritario y una mayor tasa de Impuestos a las ganancias en Chile.

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

Total de Ingresos por ventas aumentó 6,4% a CLP 263.311 millones como resultado de precios promedio 4,8% más altos y volúmenes de venta 1,6% mayores.

EBIT aumentó 4,7% a CLP 47.080 millones principalmente explicado por un aumento en el Total de Ingresos por ventas de 6,4%, parcialmente compensado por un Costo de ventas 9,9% mayor y gastos de MSD&A 3,3% más altos. El Costo de ventas como porcentaje del Total de Ingresos por ventas aumentó de 45,0% a 46,5%. Los MSD&A como porcentaje del Total de Ingresos por ventas disminuyeron de 36,8% a 35,8%. El margen EBIT disminuyó de 18,2% a 17,9%.

EBITDA aumentó 7,2% a CLP 59,573 millones y el margen EBITDA aumentó de 22,5% a 22,6%.

Comentarios: El crecimiento del volumen fue moderado debido a la desaceleración de la economía, donde fuimos capaces de mantener la participación de mercado en un escenario muy competitivo.

Durante el cuarto trimestre continuamos enfrentándonos al efecto de la devaluación del peso chileno, impactando nuestros costos con precios relacionados al dólar. Esto fue parcialmente compensado por menores precios de materias primas, pero en una menor medida al comparar con trimestres anteriores. Alzas de precios en cerveza y en bebidas no alcohólicas junto con las eficiencias obtenidas a través del programa “ExCCelencia CCU”, incluyendo la disminución de nuestros costos de distribución como porcentaje de las ventas, ayudaron a proteger nuestro margen EBITDA.

Hemos progresado en nuestra estrategia de construcción de marcas en todas nuestras categorías. En cervezas hemos lanzado nuevas campañas de marketing para diferentes marcas, tales como Escudo, Royal Guard y Sol y hemos desarrollado nuevos envases para Cristal Cero y Light. También introdujimos dos marcas nuevas de cerveza, la cerveza de trigo estilo belga Blue Moon y la mexicana Tecate, con un sabor con carácter. Junto con Heineken desarrollamos el concepto “Temporada de Festivales”, con una mezcla entre experiencias internacionales como Rock in Rio, y grandes festivales locales en Chile. En conmemoración de los 165 años de tradición cervecera de CCU, lanzamos seis diferentes envases de edición limitada para Cristal, llevando al consumidor en un viaje por la historia de nuestra mayor marca. En la categoría de no alcohólicos lanzamos nuevos sabores de Gatorade y néctar Watt’s. En la categoría de licores introdujimos un nuevo sabor de Mistral Ice Hot Citrus.

Con el objetivo de seguir contribuyendo al medio ambiente por medio del desarrollo de una cultura de reciclaje en Chile, participamos en el evento nacional de caridad “Teletón” con la campaña para el reciclaje de botellas plásticas “27 toneladas de amor”. También durante este año realizamos junto a Carabineros de Chile dos campañas preventivas para la seguridad en las calles, cuyos objetivos fueron promover la responsabilidad y cuidado personal de los peatones, ciclistas y automovilistas durante las principales fiestas de fin de año.

2. NEGOCIOS INTERNACIONALES

Total de Ingresos por ventas en pesos chilenos aumentó 27,6% como resultado de un aumento de 25,8% en los precios promedio en pesos chilenos y volúmenes de venta 1,4% mayores.

EBIT medido en pesos chilenos aumentó a CLP 19.659 millones explicado por un aumento en el Total de Ingresos por ventas de 27,6%, parcialmente compensado por un Costo de ventas 17,8% mayor y gastos de MSD&A 34,9% más altos. El Costo de ventas como porcentaje del Total de ingresos por ventas disminuyó de 42,4% a 39,2%. Los MSD&A como porcentaje del Total de ingresos por ventas aumentaron de 45,8% a 48,4%. El margen EBIT aumentó de 11,2% a 14,0%.

EBITDA medido en pesos chilenos aumentó 50,6% a CLP 23.307 millones y el margen EBITDA aumentó de 14,1% a 16,6%.

Comentarios: Los volúmenes aumentaron un moderado 1,4%, principalmente debido a condiciones climáticas desfavorables durante octubre y noviembre en Argentina. Seguimos aumentando nuestra participación de mercado en los diferentes mercados.

La alta devaluación en la región durante el trimestre, de 18,0% en Argentina, 22,3% en Uruguay y 23,5% en Paraguay, fue compensada por los beneficios provenientes del programa “ExCCelencia CCU”, ayudando a nuestros márgenes, y de los aumentos de precios realizados. Como consecuencia aumentamos el margen EBITDA en 254 puntos base.

Nuestras marcas recibieron importantes reconocimientos en Argentina durante el trimestre: nuestra marca de cerveza Salta recibió el premio “Sol Andina 2015” de Responsabilidad Social Empresarial, y nuestra marca de sidra Real recibió el premio publicitario “Lápiz de Oro” por su campaña de marketing “Oficina de deseos”. Todas las marcas lanzaron campañas de marketing a fines de 2015, incluyendo la marca de cerveza Imperial con su auspicio al campeón nacional de Polo, “la Dolfina”.

En cuanto a Paraguay fuimos premiados entre las primeras cinco empresas en el ranking “Great Place to Work”, y también lanzamos nuevos empaques para nuestras marcas Pulp y La fuente. En Uruguay auspiciamos la carrera Reebok 10K 2015 y el campeonato de tenis “Uruguay Open” con degustación de nuestras diferentes sabores en el área VIP e hidratando a los jugadores durante todo el campeonato con nuestra marca Nativa.

3. VINOS

Total de Ingresos por ventas aumentó 10,9% a CLP 47.107 millones debido a un aumento de 8,8% en los precios promedio junto con volúmenes de venta⁴ 1,9% mayores.

EBIT aumentó 65,9% a CLP 8.211 millones principalmente explicado por un aumento de 10,9% en el Total de Ingresos por ventas y gastos de MSD&A 14,4% más bajos, parcialmente compensado por un aumento de 13,5% en los Costos de venta. El Costo de ventas como porcentaje del Total de Ingresos por ventas aumentó de 56,7% a 58,1%. Los MSD&A como porcentaje del Total de Ingresos por venta disminuyeron de 31,6% a 24,4%. El margen EBIT aumentó de 11,7% a 17,4%.

EBITDA aumentó 47,6% a CLP 10.132 millones y el margen EBITDA aumentó 534 puntos base a 21,5%.

Comentarios: En nuestro mercado doméstico Chileno los volúmenes se incrementaron 7,2%, explicados por una buena ejecución en nuestros puntos de venta. Como parte de nuestra estrategia de innovación de marcas y construcción de portafolio, continuamos apoyando nuestras marcas aumentando su patrimonio.

El Total de ingresos por ventas en el negocio de exportación creció 9,7% como resultado de precios 12,6% mayores en pesos Chilenos como consecuencia de un mayor tipo de cambio y esfuerzos en gestión de ingresos, y volúmenes 2,6% menores. Hemos tenido buenos resultados en los mercados Asiáticos lo que impactó positivamente nuestros volúmenes, compensado por una disminución de los volúmenes en Estados Unidos debido al aumento de precio de GatoNegro en septiembre de 2015.

La excelente vendimia de 2015 ha entrado completamente a los resultados en este trimestre, haciendo disminuir los costos promedio por litro.

Durante el cuarto trimestre lanzamos una edición tributo del vino Castillo Molina en celebración de los 150 años de la Viña San Pedro. También introdujimos un vino Pinot Noir Rosé de nuestra exitosa marca Leyda, ampliando su portafolio.

⁴Excluye 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 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.
- **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 (Cuarto trimestre 2015)

| Cuarto Trimestre | 2015 | 2014 | Total |
|--|-------------------|-----------|-------------|
| | (Millones de CLP) | | Variación % |
| Total Ingresos por ventas | 451.952 | 395.649 | 14,2 |
| Costo de Venta | (203.446) | (176.000) | 15,6 |
| % del Total de ingresos | 45,0 | 44,5 | ,0 |
| Margen Bruto | 248.506 | 219.649 | 13,1 |
| MSD&A | (181.855) | (157.283) | 15,6 |
| % del Total de ingresos | 40,2 | 39,8 | ,0 |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 2.611 | 703 | 271,4 |
| Items Excepcionales | - | (1.627) | ,0 |
| EBIT | 69.263 | 61.441 | 12,7 |
| Margen EBIT | 15,3 | 15,5 | ,0 |
| Gastos Financieros netos | (4.631) | (5.384) | (14,0) |
| Utilidad de negocios conjuntos y asociadas | (2.229) | (184) | N/A |
| Diferencia de cambio | 564 | 961 | (41,3) |
| Resultado por unidades de reajuste | (868) | (1.343) | (35,4) |
| Otras ganancias / (pérdidas) | (700) | 42 | N/A |
| Total Resultado no operacional | (7.864) | (5.909) | 33,1 |
| Utilidad antes de impuestos | 61.398 | 55.533 | 10,6 |
| Impuestos a las ganancias | (16.811) | (10.032) | 67,6 |
| Utilidad del período | 44.588 | 45.501 | (2,0) |

| Utilidad del período atribuible a: | | | |
|------------------------------------|--------|--------|-------|
| Propietarios de la controladora | 38.287 | 40.600 | (5,7) |
| Participaciones no controladoras | 6.301 | 4.901 | 28,6 |

| | | | |
|---------------|--------|--------|------|
| EBITDA | 91.884 | 80.304 | 14,4 |
| Margen EBITDA | 20,3 | 20,3 | - |

| INFORMACIÓN ADICIONAL | | | |
|-----------------------|-------------|-------------|--------|
| Número de Acciones | 369.502.872 | 369.502.872 | |
| Acciones por ADR | 2 | 2 | |
| Utilidad por acción | 103,6 | 109,9 | (5,7) |
| Utilidad por ADR | 207,2 | 219,8 | (5,7) |
| Depreciación | 22.621 | 18.863 | 19,9 |
| CAPEX | 31.913 | 52.291 | (39,0) |

Tabla 2: Estado de Resultados (Doce meses finalizados al 31 de Diciembre de 2015)

| ACUMULADO DICIEMBRE | 2015 | 2014 | Total |
|--|---------------|-----------|-------------|
| | (CLP million) | | Variación % |
| Total Ingresos por ventas | 1.498.372 | 1.297.966 | 15,4 |
| Costo de Venta | (685.075) | (604.537) | 13,3 |
| % del Total de ingresos | 45,7 | 46,6 | ,0 |
| Margen Bruto | 813.296 | 693.429 | 17,3 |
| MSD&A | (612.565) | (535.603) | 14,4 |
| % del Total de ingresos | 40,9 | 41,3 | ,0 |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 4.205 | 23.721 | (82,3) |
| Ítems Excepcionales | - | (1.627) | ,0 |
| EBIT | 204.937 | 179.920 | 13,9 |
| Margen EBIT | 13,7 | 13,9 | ,0 |
| Gastos Financieros netos | (15.256) | (10.821) | 41,0 |
| Utilidad de negocios conjuntos y asociadas | (5.228) | (1.196) | 337,2 |
| Diferencia de cambio | 958 | (613) | 256,2 |
| Resultado por unidades de reajuste | (3.283) | (4.159) | (21,1) |
| Otras ganancias / (pérdidas) | 8.512 | 4.037 | 110,9 |
| Total Resultado no operacional | (14.297) | (12.752) | 12,1 |
| Utilidad antes de impuestos | 190.640 | 167.168 | 14,0 |
| Impuestos a las ganancias | (50.115) | (32.279) | 55,3 |
| Utilidad del ejercicio | 140.526 | 134.889 | 4,2 |

| Utilidad del ejercicio atribuible a: | | | |
|--------------------------------------|---------|---------|------|
| Propietarios de la controladora | 120.808 | 119.557 | 1,0 |
| Participaciones no controladoras | 19.717 | 15.332 | 28,6 |

| | | | |
|---------------|---------|---------|------|
| EBITDA | 286.504 | 248.528 | 15,3 |
| Margen EBITDA | 19,1 | 19,1 | - |

| INFORMACIÓN ADICIONAL | | | |
|-----------------------|-------------|-------------|--------|
| Número de acciones | 369.502.872 | 369.502.872 | |
| Acciones por ADR | 2 | 2 | |
| Utilidad por acción | 326,9 | 323,6 | 1,0 |
| Utilidad por ADR | 653,9 | 647,1 | 1,0 |
| Depreciación | 81.567 | 68.608 | 18,9 |
| CAPEX | 131.731 | 230.080 | (42,7) |

Tabla 3: Información por segmentos (Cuarto trimestre 2015)

| Cuarto 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 | | |
|---|---|-----------|---------|--|----------|---------|--------------------------------|----------|---------|
| | 2015 | 2014 | Total % | 2015 | 2014 | Total % | 2015 | 2014 | Total % |
| Volúmenes | 4.840 | 4.766 | 1,6 | 1.790 | 1.765 | 1,4 | 314 | 308 | 1,9 |
| Total Ingresos por ventas | 263.311 | 247.414 | 6,4 | 140.423 | 110.066 | 27,6 | 47.107 | 42.469 | 10,9 |
| Total ingresos (CLP/HL) | 54.400 | 51.909 | 4,8 | 78.463 | 62.360 | 25,8 | 150.075 | 137.913 | 8,8 |
| Costo de ventas | (122.316) | (111.262) | 9,9 | (55.009) | (46.692) | 17,8 | (27.355) | (24.096) | 13,5 |
| % del Total de ingresos | 46,5 | 45,0 | | 39,2 | 42,4 | | 58,1 | 56,7 | |
| Margen bruto | 140.995 | 136.152 | 3,6 | 85.414 | 63.374 | 34,8 | 19.752 | 18.372 | 7,5 |
| % del Total de ingresos | 53,5 | 55,0 | | 60,8 | 57,6 | | 41,9 | 43,3 | |
| MSD&A | (94.185) | (91.172) | 3,3 | (67.980) | (50.408) | 34,9 | (11.493) | (13.427) | (14,4) |
| % del Total de ingresos | 35,8 | 36,8 | | 48,4 | 45,8 | | 24,4 | 31,6 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 269 | 0 | N/A | 2.225 | 584 | 281,2 | (49) | 4 | N/A |
| Items Excepcionales | - | - | | - | (1.215) | | - | - | |
| EBIT | 47.080 | 44.980 | 4,7 | 19.659 | 12.335 | 59,4 | 8.211 | 4.950 | 65,9 |
| Margen EBIT | 17,9 | 18,2 | | 14,0 | 11,2 | | 17,4 | 11,7 | |
| EBITDA | 59.573 | 55.569 | 7,2 | 23.307 | 15.472 | 50,6 | 10.132 | 6.866 | 47,6 |
| Margen EBITDA | 22,6 | 22,5 | | 16,6 | 14,1 | | 21,5 | 16,2 | |

| Cuarto Trimestre <small>(En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera)</small> | 4. Otros/Eliminaciones ⁽¹⁾ | | | Total | | |
|---|---------------------------------------|---------|---------|-----------|-----------|---------|
| | 2015 | 2014 | Total % | 2015 | 2014 | Total % |
| Volúmenes | | | | 6.944 | 6.839 | 1,5 |
| Total Ingresos por ventas | 1.111 | (4.299) | (125,8) | 451.952 | 395.649 | 14,2 |
| Total ingresos (CLP/HL) | | | | 65.087 | 57.849 | 12,5 |
| Costo de ventas | 1.234 | 6.050 | (79,6) | (203.446) | (176.000) | 15,6 |
| % del Total de ingresos | | | | 45,0 | 44,5 | |
| Margen bruto | 2.345 | 1.751 | 33,9 | 248.506 | 219.649 | 13,1 |
| % del Total de ingresos | | | | 55,0 | 55,5 | |
| MSD&A | (8.197) | (2.276) | 260,1 | (181.855) | (157.283) | 15,6 |
| % del Total de ingresos | | | | 40,2 | 39,8 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 166 | 115 | 43,9 | 2.611 | 703 | 271,4 |
| Items Excepcionales | - | (413) | | - | (1.627) | |
| EBIT | (5.686) | (823) | 590,7 | 69.263 | 61.441 | 12,7 |
| Margen EBIT | - | - | | 15,3 | 15,5 | |
| EBITDA | (1.128) | 2.397 | (147,1) | 91.884 | 80.304 | 14,4 |
| Margen EBITDA | - | - | | 20,3 | 20,3 | |

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

Tabla 4: Información por segmentos (Doce meses finalizados al 31 de Diciembre de 2015)

| ACUMULADO DICIEMBRE | 1. Segmento de operación Chile ⁽¹⁾ | | | 2. Segmento de operación Negocios Internacionales ⁽¹⁾ | | | 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 | 16.865 | 16.216 | 4,0 | 5.697 | 5.375 | 6,0 | 1.348 | 1.348 | 3,2 |
| Total Ingresos por ventas | 902.021 | 830.341 | 8,6 | 405.714 | 299.668 | 35,4 | 189.515 | 172.349 | 10,0 |
| Total ingresos (CLP/HL) | 53.485 | 51.204 | 4,5 | 71.213 | 55.752 | 27,7 | 140.561 | 131.932 | 6,5 |
| Costo de ventas | (420.298) | (383.559) | 9,6 | (162.665) | (136.175) | 19,5 | (105.956) | (97.524) | 8,6 |
| como % del total ingresos | 46,6 | 46,2 | | 40,1 | 45,4 | | 55,9 | 56,6 | |
| Margen bruto | 481.723 | 446.783 | 7,8 | 243.048 | 163.493 | 48,7 | 83.559 | 74.825 | 11,7 |
| como % del total ingresos | 53,4 | 53,8 | | 59,9 | 54,6 | | 44,1 | 43,4 | |
| MSD&A | (328.489) | (317.765) | 3,4 | (216.099) | (154.300) | 40,1 | (51.070) | (50.284) | 1,6 |
| como % del total ingresos | 36,4 | 38,3 | | 53,3 | 51,5 | | 26,9 | 29,2 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 689 | 722 | (4,6) | 3.316 | 20.174 | (83,6) | 45 | 239 | (81,2) |
| Items Excepcionales | - | - | | - | (1.215) | | - | - | |
| EBIT | 153.924 | 129.740 | 18,6 | 30.266 | 28.152 | 7,5 | 32.533 | 24.780 | 31,3 |
| Margen EBIT | 17,1 | 15,6 | | 7,5 | 9,4 | | 17,2 | 14,4 | |
| EBITDA | 199.690 | 168.573 | 18,5 | 44.600 | 39.347 | 13,4 | 40.102 | 31.896 | 25,7 |
| Margen EBITDA | 22,1 | 20,3 | | 11,0 | 13,1 | | 21,2 | 18,5 | |

| ACUMULADO DICIEMBRE | 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 | | | | 23.910 | 22.898 | 4,4 |
| Total Ingresos por ventas | 1.122 | (4.391) | (125,5) | 1.498.372 | 1.297.966 | 15,4 |
| Total ingresos (CLP/HL) | | | | 62.666 | 56.685 | 10,6 |
| Costo de ventas | 3.844 | 12.720 | (69,8) | (685.075) | (604.537) | 13,3 |
| como % del total ingresos | | | | 45,7 | 46,6 | |
| Margen bruto | 4.966 | 8.329 | (40,4) | 813.296 | 693.429 | 17,3 |
| como % del total ingresos | | | | 54,3 | 53,4 | |
| MSD&A | (16.907) | (13.254) | 27,6 | (612.565) | (535.603) | 14,4 |
| como % del total ingresos | | | | 40,9 | 41,3 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 155 | 2.586 | (94,0) | 4.205 | 23.721 | (82,3) |
| Items Excepcionales | - | (413) | | - | (1.627) | |
| EBIT | (11.786) | (2.752) | 328,3 | 204.937 | 179.920 | 13,9 |
| Margen EBIT | | | | 13,7 | 13,9 | |
| EBITDA | 2.111 | 8.712 | (75,8) | 286.504 | 248.528 | 15,3 |
| Margen EBITDA | | | | 19,1 | 19,1 | |

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

| | Al 31 de diciembre 2015 | Al 31 de diciembre 2014 | Total Variación % |
|--|----------------------------|----------------------------|-------------------------|
| MM CLP | | | |
| ACTIVOS | | | |
| Efectivo y equivalentes al efectivo | 192.554 | 214.775 | (10,3) |
| Otros activos corrientes | 491.758 | 470.615 | 4,5 |
| Total activos corrientes | 684.312 | 685.390 | (0,2) |
| Propiedades, plantas y equipos (neto) | 872.667 | 851.256 | 2,5 |
| Otros activos no corrientes | 266.377 | 232.255 | 14,7 |
| Total activos no corrientes | 1.139.045 | 1.083.511 | 5,1 |
| Total activos | 1.823.357 | 1.768.901 | 3,1 |
| PASIVOS | | | |
| Deuda financiera corriente | 43.974 | 65.318 | (32,7) |
| Otros pasivos | 344.717 | 313.013 | 10,1 |
| Total pasivos corrientes | 388.691 | 378.331 | 2,7 |
| Deuda financiera no corriente | 136.927 | 134.535 | 1,8 |
| Otros pasivos no corrientes | 110.217 | 107.535 | 2,5 |
| Total pasivos no corrientes | 247.144 | 242.070 | 2,1 |
| Total pasivos | 635.834 | 620.401 | 2,5 |
| PATRIMONIO NETO | | | |
| Capital emitido | 562.693 | 562.693 | - |
| Otras reservas | (103.226) | (75.051) | (37,5) |
| Ganancias acumuladas | 598.349 | 537.945 | 11,2 |
| Subtotal patrimonio neto atribuible a los propietarios de la controladora | 1.057.816 | 1.025.588 | 3,1 |
| Participaciones no controladoras | 129.706 | 122.912 | 5,5 |
| Total patrimonio neto | 1.187.522 | 1.148.500 | 3,4 |
| Total pasivos y patrimonio neto | 1.823.357 | 1.768.901 | 3,1 |
| <u>INFORMACIÓN FINANCIERA ADICIONAL</u> | | | |
| Total Deuda Financiera | 180.901 | 199.853 | (9,5) |
| Deuda Financiero Neta | (11.654) | (14.922) | (21,9) |
| Razón de liquidez | 1,76 | 1,81 | |
| Deuda Financiera / Capitalización | 0,13 | 0,15 | |
| Deuda Financiera Neta / EBITDA | (0,04) | (0,06) | |