



Prospecto



Emisión de Bonos
Desmaterializados
Marzo 2009



ABRE TU MUNDO

CCU

Agente Estructurador y Colocador

 **CELFINCAPITAL**



Compañía Cervecerías Unidas S.A.

Avenida Vitacura N°2670 – Piso 23
Las Condes, Santiago
Teléfono: (56 2) 427 3000
Fax: (56 2) 427 3333
www.ccu.cl

Este documento ha sido preparado por Celfin Capital Servicios Financieros S.A. (en adelante el “Estructurador”), en conjunto con Compañía Cervecerías Unidas S.A. (en adelante indistintamente “CCU”, el “Emisor” o la “Compañía”) en base a información pública e información privada entregada por el Emisor.

Este documento es una síntesis de los respectivos prospectos de las líneas de bonos del Emisor inscritas en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros con fecha 23 de marzo de 2009, bajo los números 572 y 573. La información íntegra que el Emisor proporciona al mercado acerca de las líneas de bonos se encuentra en tales prospectos.

Este documento no pretende contener toda la información que pueda requerirse para evaluar la conveniencia de la adquisición de estos valores y todo destinatario del mismo deberá llevar a cabo su propio análisis independiente del Emisor y de los datos contenidos en este documento. Para efectos de esta presentación, determinada información de valores de inversión o metrajes es incorporada en cifras generales, y están sujetos a modificaciones y ajustes. Igualmente, la información referida a proyecciones económicas o financieras contenidas en este documento es meramente referencial y podría no cumplirse a futuro.

El Estructurador no ha verificado en forma independiente la información contenida en este documento y por lo tanto no se hace responsable en cuanto a que la misma sea precisa o esté completa.



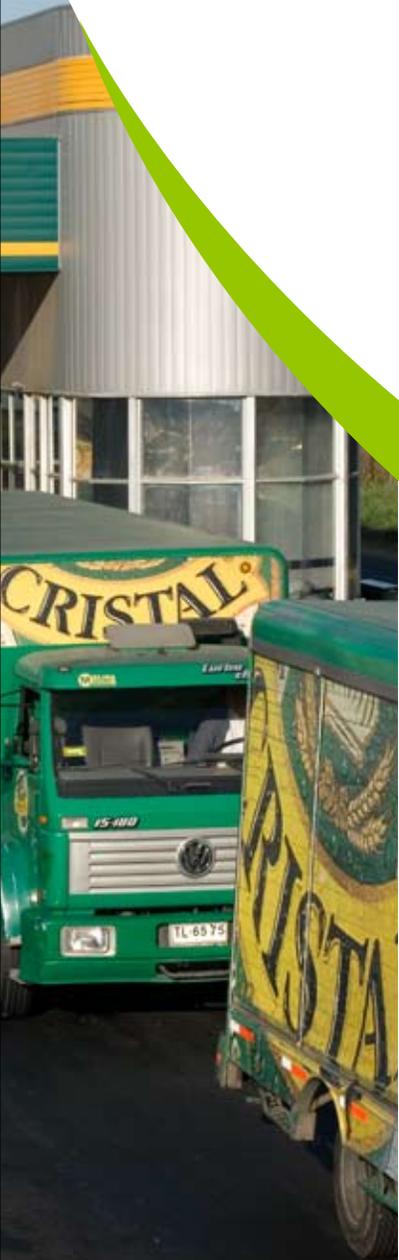
Indice

| | | |
|--------|--|----|
| ❖ I. | Características de las Líneas Inscritas en la SVS..... | 3 |
| ❖ II. | Principales Resguardos..... | 4 |
| ❖ III. | Descripción de la Industria..... | 5 |
| ❖ IV. | Descripción de la Empresa..... | 8 |
| ❖ V. | Resumen Financiero..... | 25 |

I. Características de las Líneas

••••• Inscritas en la SVS

| | Línea N°572 | Línea N°573 |
|----------------------------|----------------------------------|--------------|
| Emisor | Compañía Cervecerías Unidas S.A. | |
| Plazo | 10 años | 30 años |
| Monto Máximo de la Emisión | UF 5.000.000 | UF 5.000.000 |
| Monto Máximo Conjunto | UF 5.000.000 | |
| Clasificación de Riesgo | Feller Rate : AA / ICR : AA | |



Planta Santiago, RM



Planta Santiago, RM



Edificio CCU, RM



Planta Luján, Prov. Bs. Aires, Argentina

II. Principales Resguardos

Principales Obligaciones, Limitaciones y Prohibiciones

Resguardos Financieros

- I) Mantener un nivel de endeudamiento consolidado no superior a 1,5 veces, reflejado en cada una de sus FECU trimestrales consolidadas;
- II) Mantener una cobertura de gastos financieros consolidada no inferior a 3,0 veces, para el período de 4 trimestres consecutivos anteriores a la fecha de la FECU consolidada correspondiente;
- III) Mantener un patrimonio por un monto a lo menos igual a 15 millones de unidades de fomento, reflejado en cada una de sus FECU trimestrales consolidadas;

Otros Resguardos

- I) Mantener activos libres de gravámenes por un monto igual, a lo menos, a 1,2 veces el monto insoluto de la deuda financiera sin garantías mantenida por el Emisor. Para estos efectos, los activos y las deudas se valorizarán a valor libro. El Emisor deberá enviar al Representante, siempre que éste lo requiera, los antecedentes que permitan verificar este indicador;
- II) Mantener, directa o indirectamente, la propiedad de más del 50% de los derechos sociales y de las acciones suscritas y pagadas, respectivamente, de: (i) Cervecera CCU Chile Limitada y (ii) Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.;
- III) No vender, ni permitir que sean vendidos, ni ceder en propiedad y no transferir y/o de cualquier modo, enajenar, ya sea mediante una transacción o una serie de transacciones, directa o indirectamente, activos de su propiedad y de sus filiales necesarios para mantener en Chile, directamente y/o a través de una o más filiales, una capacidad instalada nominal para la elaboración de cervezas y bebidas de fantasía igual o superior en conjunto a 15,9 millones de hectolitros anuales;
- IV) Mantener, directamente o a través de una sociedad filial, la propiedad de la marca comercial "CRISTAL". Asimismo, el Emisor se obliga a no ceder, a cualquier título, su uso, excepto a sus sociedades filiales.



III. Descripción de la Industria

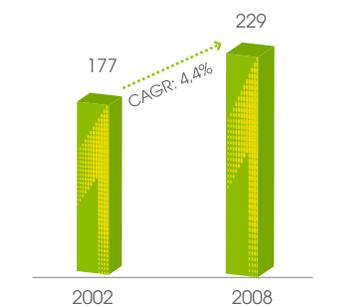
Industria de Bebestibles en Chile

Importante Potencial de Crecimiento



La industria de bebestibles en Chile, ha tenido un importante crecimiento en los últimos años, alcanzando en el año 2008 un consumo per capita de 229 litros de acuerdo a estimaciones internas. Esto representa un crecimiento compuesto anual de 4,4% al compararlo con el consume per capita de 177 litros en el 2002.

Evolución CPC en Chile



Fuente: Estimaciones CCU y Canadean 2008

Al comparar la industria de bebestibles en Chile con la de países con mayor nivel de desarrollo como España y Estados Unidos –en los cuales se consumen 514 y 565 litros per capita, respectivamente–, se puede apreciar el enorme potencial de crecimiento.

Cabe destacar que el consumo anual promedio de líquidos es de 730 litros per capita, basado en un consumo de 2 litros promedio diario.

| Litros per Capita | Chile | Argentina | España | USA |
|-----------------------|------------|------------|------------|------------|
| Cerveza | 36 | 43 | 87 | 79 |
| Gaseosas | 120 | 145 | 93 | 169 |
| Néctares y Jugos | 16 | 9 | 36 | 53 |
| Néctares | 13 | 3 | 16 | 4 |
| Otros | 3 | 6 | 20 | 49 |
| Aguas | 18 | 121 | 151 | 124 |
| Aguas Minerales | 11 | - | - | - |
| Aguas Purificadas | 7 | - | - | - |
| Productos Funcionales | 1 | 2 | 12 | 44 |
| Bebidas Deportivas | 0,4 | 1,3 | 7 | 18 |
| Bebidas Energéticas | 0,2 | 0,4 | 1 | 5,0 |
| Té | 0,2 | - | 4 | 21 |
| Vino | 14 | 28 | 27 | 10 |
| Licores | 4 | 1 | 6 | 5 |
| Pisco | 2,3 | - | - | - |
| Otros | 1,3 | 1,3 | 6 | 4,9 |
| Leche | 20 | 56 | 102 | 81 |
| Total | 229 | 405 | 514 | 565 |

Fuente: Estimaciones CCU y Canadean 2008

Categorías con alto potencial de crecimiento



❖ Mercado Chileno de Cerveza

En el año 2008 el consumo de cerveza en Chile según estimaciones de la Compañía fue de 608 millones de litros. Esto equivale a 36 litros per capita, lo que es muy superior al del año 2002 (25 litros per capita), pero todavía bastante inferior al consumo de países desarrollados. El mercado se expandió alrededor de 5,7% en términos de volumen, con respecto al año 2007. De acuerdo con estimaciones de la Compañía, este incremento, al igual que el de años anteriores, se debió tanto al desarrollo del país como al resultado de las acciones realizadas por la Compañía y otros actores para incrementar el consumo de cerveza en Chile, incluyendo entre otros, la introducción de nuevos productos y nuevos empaques para la satisfacción de nuevas ocasiones de consumo.

La cerveza consumida en Chile proviene principalmente de dos productores nacionales: CCU y Cervecería Chile. CCU opera este negocio a través de sus filiales CCU Chile Ltda., Compañía Cervecera Kuntmann S.A y de su participación en Cervecería Austral S.A.. De acuerdo a estimaciones de la Compañía, en el 2008 CCU tiene una participación de mercado del 86%, principalmente a través de las marcas Cristal, Escudo y Heineken; y Cervecería Chile tiene una participación de mercado del 12%. Debido a los altos costos de transportar cerveza a Chile y dado el sistema de envases retornables que opera en Chile, las ventas de cervezas importadas y de micro cervecerías representaron menos del 2% del total del mercado en 2008.

❖ Mercado Chileno de Bebidas No Alcohólicas

Este mercado está compuesto por los segmentos de gaseosas, néctares y jugos, aguas (clasificadas en minerales y purificadas) y bebidas funcionales (compuestas por deportivas, energéticas y té). Según estimaciones de la Compañía, en el año 2008 el tamaño de la industria fue de 2.592 millones de litros, expandiéndose un 4,4% con respecto al año anterior, representando un consumo per capita de 155 litros.

- **Gaseosas:** El consumo de gaseosas durante el año 2008 en Chile alcanzó los 120 litros per capita. Existen en Chile dos importantes grupos productores de gaseosas: ECUSA, filial de CCU dedicada al negocio de bebidas no alcohólicas y las tres licenciatarias de Coca-Cola. De acuerdo a ACNielsen, Coca-Cola y sus marcas relacionadas tenían a diciembre de 2008 un 67% de participación en el mercado, ECUSA un 25%, y las marcas propias de supermercado y marcas de descuento

8% de participación. El segmento de gaseosas está dividido en bebidas colas y no colas, teniendo la compañía mayor participación en esta última categoría.

- **Néctares y Jugos:** El consumo de néctares y jugos en 2008 fue de 16 litros per capita. El mercado está compuesto principalmente por la marca Watt's de Promarca, el Joint Venture de Watt's S.A. con CCU a través de su filial ECUSA y de las marcas de Coca-Cola y de otros embotelladores. De acuerdo a ACNielsen, ECUSA tenía una participación de mercado a diciembre de 2008 de 56% en el segmento de néctares en botella. Las marcas de Coca-Cola y otras marcas obtuvieron 28% y 16%, respectivamente.



- **Aguas:** El mercado de aguas embotelladas se divide en aguas minerales y aguas purificadas. Las primeras se obtienen y envasan en una fuente natural; y las segundas son aguas tratadas provenientes principalmente de pozos. El consumo de aguas (mineral y purificada) alcanzó los 18 litros per capita, comparado con 8 litros el año 2002, cuando todavía no se había iniciado el desarrollo de las aguas purificadas en el país. Aproximadamente 94% de toda el agua mineral vendida en Chile es producida por dos empresas, CCU y los embotelladores de Coca-Cola. De acuerdo a estimaciones internas, ECUSA tenía una participación de mercado a diciembre de 2008 de 67% y su principal competidor un 27% de participación. Marcas propias, pequeños embotelladores y productos importados representaron el 6% del mercado a la misma fecha. El consumo per capita de las aguas purificadas ha aumentado considerablemente, desde 2 litros en 2004 hasta 7 litros en 2008.

- **Bebidas Funcionales:** Considera las categorías de bebidas deportivas, bebidas energéticas y té. Estas categorías son de reciente introducción en el país, con un consumo per capita levemente inferior a un litro, pero con un alto potencial de crecimiento.

❖ Mercado Chileno del Vino

La industria chilena del vino está relativamente fragmentada por lo que ningún productor tiene el dominio de la producción o venta. Dentro de los participantes más importantes de la industria se incluye Viña Concha y Toro, Viña Santa Rita y Viña San Pedro Tarapacá, filial de CCU.

Este negocio puede ser segmentado en mercado doméstico y de exportación. El mercado doméstico alcanzó los 239 millones de litros en 2008, lo que representa un consumo per capita de 14 litros. La participación de mercado de la Compañía es de 22% en el mercado doméstico. Las viñas chilenas venden en el mercado local vinos premium, varietales y populares.

De acuerdo a fuentes de la industria, el mercado de exportación para el vino chileno creció desde aproximadamente 43 millones de litros en 1990 a 589 millones de litros en 2008, lo que representa una tasa anual compuesta de crecimiento de 15,7%. La razón de este aumento se debe principalmente a la excelente relación precio-calidad y a la positiva imagen internacional que ha ido adquiriendo el vino chileno. La participación de mercado de la Compañía en las exportaciones de vino embotellado es de 10%.

••• Mercado Chileno de Licores

Este mercado comprende el negocio del pisco y el de otros licores. El consumo per capita de pisco fue de 2,3 litros en el 2008, retrocediendo respecto de su máximo en el 2005 de 2,9 litros, debido fundamentalmente al crecimiento del consumo de otros licores, principalmente ron.

En el negocio de licores, la Compañía opera a través de su filial Compañía Pisquera de Chile ("CPCh"), logrando una participación de mercado en el año 2008 de 48% en el segmento pisco y de 18% en el segmento ron de acuerdo a estimaciones internas. La Compañía ingresó al mercado del ron, en mayo de 2007, el segundo licor más consumido en Chile luego del pisco y el de mayor crecimiento en los últimos 7 años. Según estimaciones de la Compañía el consumo anual del ron en Chile en 2008 fue de un litro per capita.

••• Industria de Bebestibles en Argentina

El consumo de bebestibles en Argentina, de acuerdo a estimaciones de la Industria, llegó el año 2008 a 405 litros per

capita, casi duplicando el tamaño del mercado Chileno. En este mercado también se aprecia una importante oportunidad de crecimiento en varios sectores al compararlo con los consumos per capita de países más desarrollados.

| ••• Litros per Capita | Argentina | España | USA |
|-----------------------|-----------|--------|-----|
| Cerveza | 43 | 87 | 79 |
| Gaseosas | 145 | 93 | 169 |
| Néctares y Jugos | 9 | 36 | 53 |
| Néctares | 3 | 16 | 4 |
| Otros | 6 | 20 | 49 |
| Aguas | 121 | 151 | 124 |
| Aguas Minerales | - | - | - |
| Aguas Purificadas | - | - | - |
| Productos Funcionales | 2 | 12 | 44 |
| Bebidas Deportivas | 1.3 | 7 | 18 |
| Bebidas Energéticas | 0.4 | 1 | 5.0 |
| Té | - | 4 | 21 |
| Vino | 28 | 27 | 10 |
| Licores | 1 | 6 | 5 |
| Pisco | - | - | - |
| Otros | 1.3 | 6 | 4.9 |
| Leche | 56 | 102 | 81 |
| Total | 405 | 514 | 565 |

Fuente: Estimaciones CCU y Canadean 2008

••• Mercado Argentino de Cerveza

El mercado de cervezas argentino es cerca de 3 veces superior al chileno, en términos de volumen, con aproximadamente 1.716 millones de litros de consumo total o 43 litros per capita en 2008.

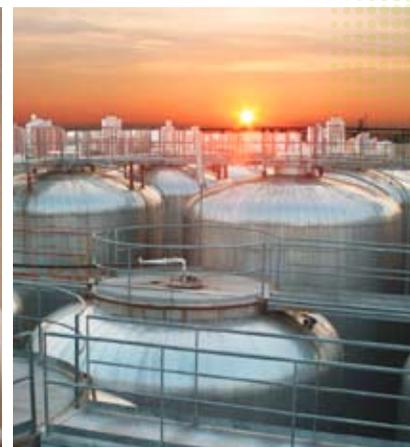
Producto de la adquisición de ICSA por parte de CCU Argentina durante el 2008, quedaron dos grupos cerveceros importantes en el mercado argentino: AmBev-Quilmes y CCU Argentina, además de otros dos productores: Warsteiner y Galicia. A diciembre de 2008 CCU Argentina tenía una participación de mercado de 21%, AmBev- Quilmes, una participación de 76%, y Warsteiner y Galicia un 3% de participación.



Planta Molina, VII Región



Planta Pisco Elqui, IV Región



Planta Santa Fe, Argentina

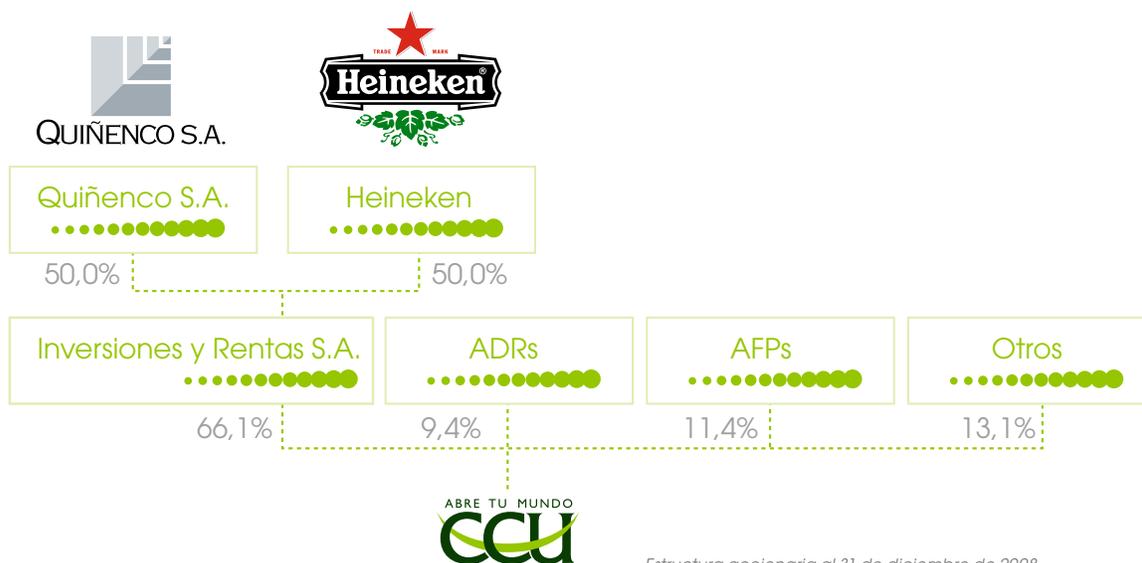
IV. Descripción de la Compañía

Principales Accionistas, Directorio y Administración

Propiedad

Inversiones y Rentas S.A. (IRSA), accionista controlador de CCU, es una sociedad anónima chilena, inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros con el número 617, y cuyos accionistas son las sociedades Quiñenco S.A. y Heineken

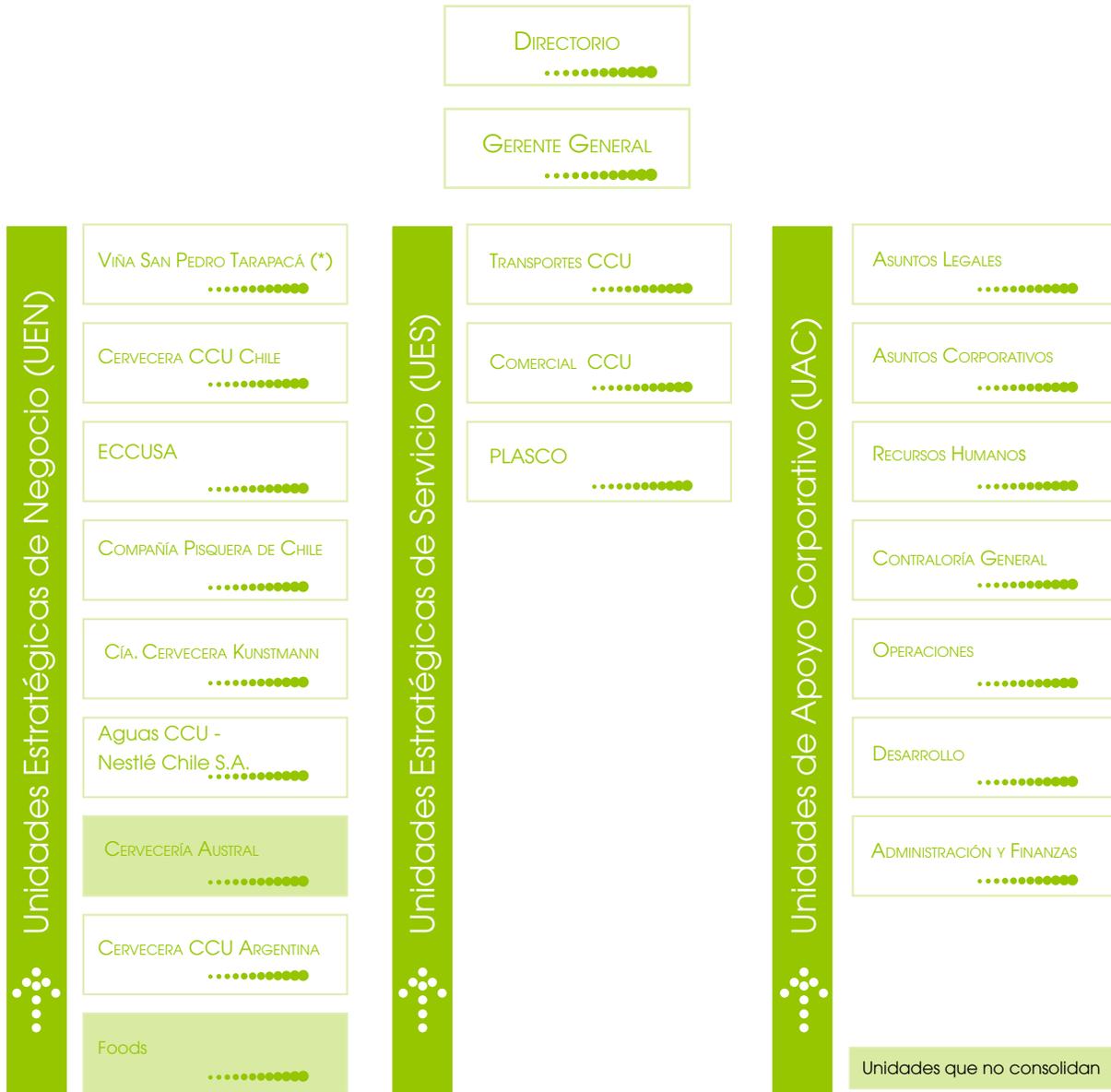
Chile Limitada, las cuales poseen cada una de ellas el 50% del capital accionario de IRSA. IRSA, directa e indirectamente, a través de su filial Inversiones IRSA Limitada, posee 66,11% del capital accionario de CCU.



Directorio y Gerente

| | |
|--------------------------------|-------------------------------|
| Guillermo Luksic Craig | Presidente del Directorio |
| John Nicolson | Vicepresidente del Directorio |
| Alberto Mario Sobredo del Amo | Director |
| Andrónico Luksic Craig | Director |
| Carlos Olivos Marchant | Director |
| Francisco Pérez Mackena | Director |
| Giorgio Maschietto Montuschi | Director |
| Manuel José Noguera Eyzaguirre | Director |
| Phillippe Pasquet | Director |
| Patricio Jottar Nasrallah | Gerente General |

Estructura Organizacional



a la propiedad de CCU a través de la adquisición de Finance Holding Internacional ("FHI"), dueño del 50% de IRSA, accionista controlador de CCU. La Compañía comenzó a producir y comercializar la cerveza premium Heineken Lager tanto en Chile como en Argentina.

❖ **2004** CCU ingresó al negocio de los productos listos para su consumo con la adquisición de Calaf.

❖ **2005** Impulsó el desarrollo de una nueva categoría en el mercado de aguas en Chile, al lanzar en febrero Mas de Cachantun, una bebida en base a agua mineral con sabor cítrico, calcio y sin azúcar.

Se asoció con Cooperativa Agrícola Control Pisquero de Elqui y Limarí Ltda. ("Control") para formar "Compañía Pisquera de Chile S.A." y alcanzar alrededor del 50% de participación de mercado en la industria del pisco.

Comenzó a operar Comercial CCU S.A. en las ciudades de Osorno y Puerto Montt, plan piloto que busca consolidar en una sola fuerza de ventas todos los productos de CCU.

❖ **2006** Se firmó un nuevo contrato de licencia para Pepsi, en virtud del cual ECUSA será el embotellador exclusivo de los productos Pepsi en Chile hasta el año 2020. Este nuevo contrato, junto con permitir el desarrollo de nuevos productos, es la concreción de una alianza de largo plazo entre CCU y PepsiCo. Se comenzó la producción local de Gatorade

❖ **2007** Calaf S.A. (hoy FOODS Compañía de Alimentos CCU S.A.) compró la tradicional marca de cereales Natur para crecer en el mercado de los productos saludables.

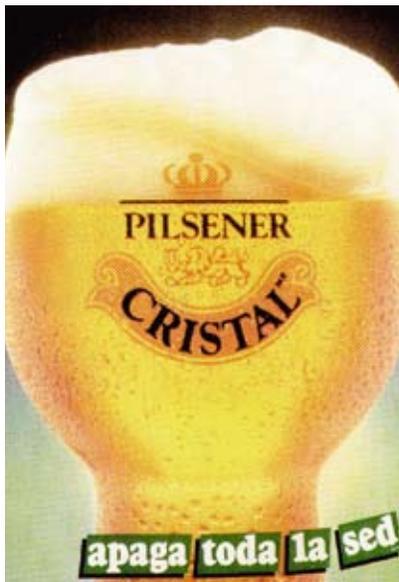
Se materializó la asociación de CCU y Nestlé Chile S.A., para participar del negocio de las aguas minerales y purificadas en Chile

❖ **2008** Innovación en el lanzamiento de nuevas marcas, siendo las más importantes: Cristal CER0,0° (cerveza sin alcohol), Nestlé Pure Life (agua purificada), Propel (bebida deportiva), Watts Soya (néctar con soya), y una gran variedad de productos cocktails, entre otros.

En Argentina se extendió el contrato de licencia para producir y comercializar Budweiser hasta Diciembre de 2025. Posteriormente se adquirió ICSA, dueña de la planta de Luján con una capacidad de producción nominal anual de 2,7 millones de hectolitros y de las marcas Bieckert, Palermo e Imperial, las cuales cuentan con una participación aproximada de 5,8% del mercado cervecero argentino. Con ello CCU Argentina alcanza una participación de mercado de superior al 20%.

FOODS Compañía de Alimentos CCU S.A. adquirió el 50% de Alimentos Nutra Bien S.A. ligada a productos saludables y de calidad premium.

Se materializó la fusión por incorporación de Viña Tarapacá Ex Zavala S.A. en Viña San Pedro S.A., dando origen a Viña San Pedro Tarapacá S.A., que se consolida como el segundo mayor exportador y el tercero en el mercado doméstico.



Descripción General de la Empresa

••• CCU es el Mayor Productor de Bebestibles en Chile y un Importante Actor en el Mercado Argentino

CCU participa principalmente en la industria de bebidas, tanto alcohólicas como no alcohólicas, en Chile y Argentina, siendo el mayor productor de bebestibles en Chile y un importante actor en el mercado argentino.

CCU es el mayor cervecero chileno, el segundo cervecero en Argentina, el tercer mayor productor de gaseosas en Chile, el segundo mayor exportador de vinos en Chile, la tercera viña mas grande en el mercado doméstico chileno, el mayor embotellador de agua mineral y néctares en Chile, uno de los mayores fabricantes de pisco y también participa en la industria del ron, las bebidas funcionales y los confites en Chile.

••• Reconocido Portafolio de Marcas y Fuerte Posición Competitiva

La Compañía tiene reconocidas marcas tanto en Chile como en Argentina, contando además con contratos de licencia con importantes actores de la industria a nivel global como Heineken Brouwerijen B.V., Anheuser-Busch Incorporated, PepsiCo Inc., Paulaner Brauerei AG, Schweppes Holdings Limited, Guinness Brewing Worldwide Limited, y Société des Produits Nestlé S.A.

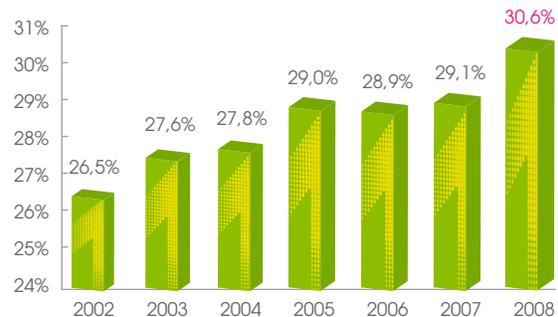
La capacidad de CCU para crear y mantener valor de marca es un factor clave para la sustentabilidad de sus negocios.

La participación de mercado consolidado ponderada de todos los negocios en que la Compañía participa alcanza a un 30,6%.

••• Diversificada Oferta de Productos

Los ingresos de la Compañía están saludablemente distribuidos entre sus líneas de negocio, representando la venta de cervezas en Chile un 36,4%, cervezas en Argentina un 18,4%, Bebidas No Alcohólicas un 25,5%, Vinos un 12,7%, Licores un 5,4% y Otros un 1,7%.

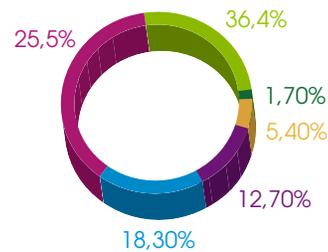
••• Evolución Market Share CCU*



* Promedio ponderado del market share de todos los negocios de CCU

Fuente: CCU y Adimark

••• % Ingresos



- Cervezas en Chile
- Cervezas en Argentina
- Bebidas sin Alcohol
- Vinos
- Licores
- Otros

Fuente: CCU
Cifras al 31 de diciembre de 2008

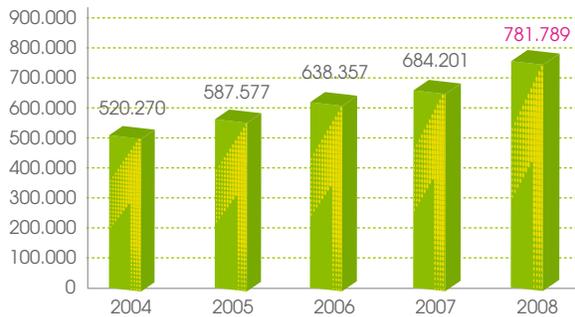
Importante Crecimiento y Sólida Generación de Flujos de Caja

Durante los últimos años, las ventas de CCU han experimentado un importante crecimiento, el cual se explica por el incremento en el volumen de venta en todas sus categorías y especialmente en el segmento premium, lo que se ha traducido en aumentos de los precios promedio. En este periodo, la Primera Preferencia de las marcas de CCU ha crecido consistentemente lo que se ha traducido en un incremento de su participación de mercado.

Como consecuencia de lo anterior, el EBITDA de la Compañía ha mostrado un crecimiento importante. Esta sólida generación de flujos de caja le ha permitido mantener una robusta estructura financiera.

Durante el año 2008 CCU tuvo ventas consolidadas de \$781.789 millones de pesos, y un EBITDA consolidado de \$176.648 millones de pesos.

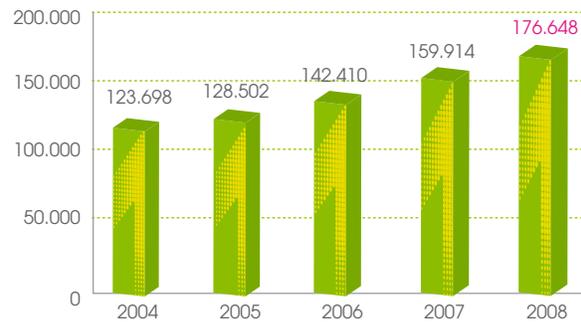
Evolución Ingresos CCU



Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2008

Fuente: CCU

Evolución EBITDA CCU



Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2008

Fuente: CCU

Sinergias de los Distintos Negocios en que Participa

El Modelo de Negocios de CCU busca ordenar la gestión de todas sus unidades de modo de crear el máximo valor para sus accionistas a través de satisfacer las necesidades de sus consumidores, clientes, y otros grupos asociados. Dicho modelo se basa en dos grandes componentes: (1) el Diseño Corporativo que facilita a cada una de las unidades de CCU focalizar su atención en el desempeño de

funciones alineadas a sus objetivos particulares, y a la vez, capturar sinergias de la operación conjunta y coordinada entre ellas y (2) los Procesos Directivos que permiten diseñar, implementar y controlar planes estratégicos de manera coordinada y homogénea, en diversas dimensiones y alcances para cada una de las unidades de CCU.

Cervezas en Chile

CCU Líder con un 86% de Participación de Mercado

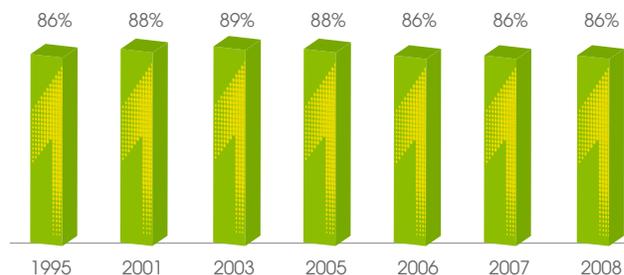
La producción de cervezas en Chile es la principal contribuyente a los resultados de la Compañía, siendo el líder de la industria con una participación de mercado del 86% para el año 2008. Este negocio es desarrollado principalmente por la filial CCU Chile Ltda., alcanzando ventas netas por \$284.567 millones de pesos en el año 2008, las que representan 36,4% de las ventas consolidadas y 55,1% del EBITDA consolidado de la Compañía.

Cristal es indudablemente la marca de mayor importancia representando aproximadamente el 55% de las ventas de cerveza de la Compañía en Chile, pero también se destaca el notable crecimiento de Escudo, marca que alcanzó una venta de 1,3 millones de hectolitros llegando a un 26% del mix de ventas. Ambas en su conjunto lideran ampliamente el segmento masivo.

En el segmento premium la Compañía cuenta con marcas internacionales tales como Heineken, Budweiser y Paulaner, además de las principales marcas premium nacionales: Royal Guard, Austral y Kunstmann, marcas que han tenido un sostenido crecimiento aumentando los volúmenes vendidos en más de un 20%. Asimismo, participa en el segmento de conveniencia con Dorada. Por último, la cerveza especial Lemon Stones, cerveza con sabor y 2,5° de alcohol, pertenece a un segmento desarrollado para la incorporación de nuevos consumidores.



Participación de Mercado (%)



Fuente: Estimaciones CCU

En diciembre 2008, la Compañía lanzó al mercado Cristal CER0,0° cerveza que no obstante no tener alcohol, conserva todas las propiedades y el sabor de la cerveza tradicional; esta innovación constituye un nuevo esfuerzo de la Compañía para ofrecer gratificación a nuestros consumidores en todas las ocasiones de consumo y responder así a sus nuevas necesidades.

CCU Chile posee una red de tres plantas productivas de alto nivel tecnológico ubicadas estratégicamente a lo largo de Chile en las zonas norte, centro y sur del país, con una capacidad nominal total de 7,2 millones de hectolitros al año. Estas plantas están ubicadas en las ciudades de Antofagasta, Santiago y Temuco, siendo esta última la más reciente y moderna, la cual posee los más altos estándares tecnológicos del mundo cervecero. A través de sus instalaciones la Compañía satisface la actual demanda, teniendo la posibilidad de aumentar su nivel de producción a un bajo costo, acorde a las necesidades del mercado. Lo anterior, además de las plantas de Kunstmann en Valdivia y de Austral en Punta Arenas.



Planta Pta. Arenas, XII Región



Planta Valdivia, XIV Región



Planta Temuco, IX Región

••• Sostenido Crecimiento en Ventas

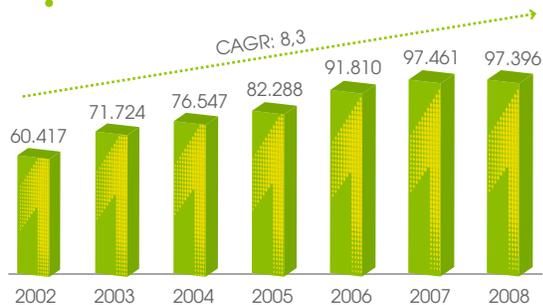
El negocio de cervezas en Chile generó ingresos por \$284.567 millones el año 2008, lo que significa un crecimiento de 5,2% en términos reales con respecto al año anterior. Este crecimiento

se ha venido observando en los últimos años y se explica por un importante incremento en los volúmenes de venta, además de un sostenido aumento en el precio promedio real.

| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| Volumen (miles de hectolitros) | 3.502 | 3.718 | 3.807 | 4.170 | 4.708 | 4.911 | 5.168 |
| Ingresos de explotación | 172.326 | 189.794 | 202.000 | 225.014 | 254.572 | 270.507 | 284.567 |
| Costos de explotación | (72.687) | (75.169) | (75.206) | (80.202) | (94.434) | (103.389) | (117.901) |
| Gastos de administración y ventas | (62.073) | (65.423) | (72.584) | (85.245) | (89.935) | (91.475) | (92.863) |
| Resultado operacional | 37.565 | 49.202 | 54.210 | 59.567 | 70.203 | 75.643 | 73.803 |
| Margen operacional | 21,8% | 25,9% | 26,8% | 26,5% | 27,6% | 28,0% | 25,9% |
| EBITDA | 60.417 | 71.724 | 76.547 | 82.288 | 91.810 | 97.461 | 97.396 |
| Margen EBITDA | 35,1% | 37,8% | 37,9% | 36,6% | 36,1% | 36,0% | 34,2% |

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2008

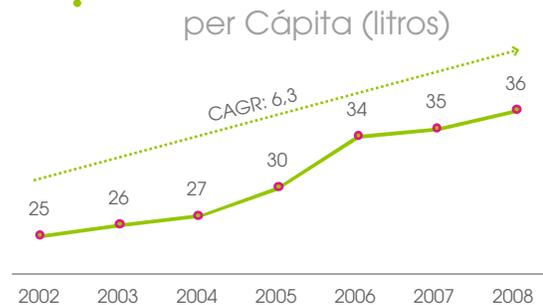
••• EBITDA



Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2008.

Fuente: CCU

••• Consumo



Fuente: CCU



Planta Antofagasta, II Región



Cervezas en Argentina

❖ CCU Segundo Mayor Productor de Cervezas en Argentina

La producción de cervezas en Argentina generó ventas netas por \$143.437 millones de pesos durante el año 2008 representando 18,3% de los ingresos consolidados de la Compañía y un 10,7% del EBITDA consolidado. Schneider es la principal marca de la Compañía en Argentina.

CCU Argentina vende y distribuye las marcas Budweiser, Schneider, Heineken, Corona, Guinness, Negra Modelo y Paulaner, en todo el país, y las marcas regionales Salta, Santa Fe, Córdoba y Rosario en sus respectivas ciudades, además de las marcas Bieckert, Palermo e Imperial.

Para enfrentar la creciente demanda por los productos de CCU Argentina, en abril del año 2008 se realizó la adquisición de ICSA. ICSA es dueña, entre otros activos, de las marcas de cerveza Bieckert, Palermo e Imperial, las que representan una participación aproximada de 5,8% del mercado cervecero argentino, y de una planta elaboradora de cerveza situada en Luján, Provincia de Buenos Aires, con una capacidad de producción nominal anual de 2,7 millones de hectolitros.



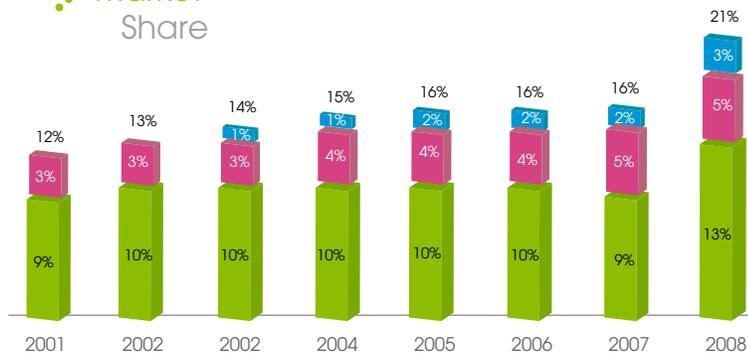
CCU Argentina produce en sus tres plantas, ubicadas en Salta, Santa Fe y Luján. Las cervezas Heineken y Budweiser son producidas solamente en Santa Fe. Argentina es uno de los doce países en el mundo donde se produce Budweiser fuera de Estados Unidos, siendo –junto con Panamá– los únicos países en América Latina.

En su compromiso con la calidad, ambas plantas de CCU Argentina han sido distinguidas con el Certificado de Calidad HACCP, otorgado por los altos estándares empleados en sus procesos productivos, convirtiéndolas en las primeras cerveceras argentinas en recibir un certificado de este tipo.

La comercialización es llevada a cabo a través de una fuerza de venta directa o a través de distribuidores independientes o de embotelladores de los productos de The Coca-Cola Company en Argentina. A partir del mes de abril de 2008, se expandió la distribución directa

en el área del Gran Buenos Aires a través de la transformación de distribuidores independientes a operadores logísticos. El objetivo de este proyecto es consolidar en forma integral la presencia de CCU en el área del Gran Buenos Aires, aumentando los volúmenes de venta y los niveles de distribución.

❖ Market Share



❖ Marcas Locales ❖ Heineken ❖ Budweiser

Fuente: Cámara de la Industria Cervecera Argentina.

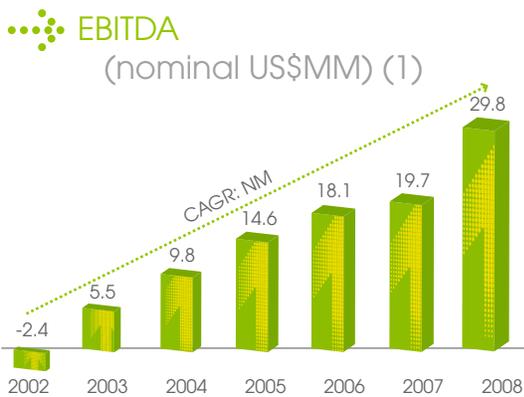
❖ Fuerte Crecimiento de Ventas

Las ventas en el segmento de cervezas en Argentina aumentaron 90,1% medidas en pesos chilenos, en el último año. Esto se explica por un aumento de 35,1% en los volúmenes y de 39,1% en el precio promedio medido en pesos chilenos. El precio promedio en dólares aumentó 18,7% debido principalmente a una incidencia mayor de

productos premium en el mix y a aumentos de precio realizados durante el año para compensar en parte los aumentos de costos. El aumento en los volúmenes está parcialmente explicado por los volúmenes de las marcas de ICOSA. Sin considerar ICOSA, los volúmenes crecieron 12,8%.

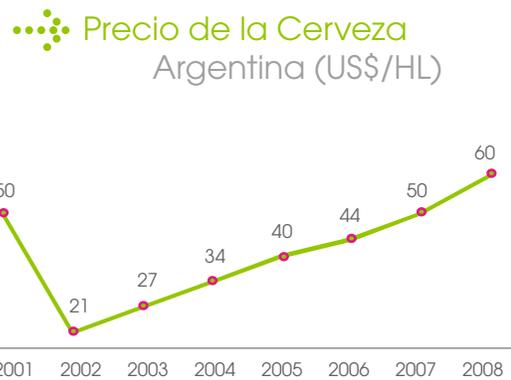
| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Volumen (miles de hectolitros) | 1.604 | 1.904 | 2.101 | 2.269 | 2.444 | 2.722 | 3.678 |
| Ingresos de explotación | 31.884 | 40.040 | 49.658 | 55.809 | 67.610 | 75.434 | 143.437 |
| Costos de explotación | (24.573) | (24.253) | (26.508) | (26.268) | (32.861) | (38.148) | (70.163) |
| Gastos de administración y ventas | (21.476) | (20.207) | (23.320) | (26.696) | (30.288) | (32.893) | (63.231) |
| Resultado operaciones | (14.166) | (4.420) | (170) | 2.845 | 4.461 | 4.393 | 10.042 |
| Margen operacional | -44,4% | -11,0% | -0,3% | 5,1% | 6,6% | 5,8% | 7,0% |
| EBITDA | (916) | 4.380 | 6.766 | 8.897 | 11.289 | 10.644 | 18.952 |
| Margen EBITDA | -2,9% | 10,9% | 13,6% | 15,9% | 16,7% | 14,1% | 13,2% |

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2008



(1) Cifras en dólares nominales

Fuente: CCU



Fuente: CCU



Bebidas No Alcohólicas (Gaseosas, Néctares, Aguas Minerales y Purificadas, Bebidas Deportivas, Bebidas Energéticas y Té)

❖ Innovación y Liderazgo

El negocio de bebidas no alcohólicas generó en el año 2008 \$199.111 millones de pesos en ventas, lo que representa un 25,5%

de las ventas totales de la Compañía y generó un 19,0% del EBITDA consolidado.

| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Volumen (miles de hectolitros) | 4.137 | 4.286 | 4.424 | 4.742 | 5.183 | 5.449 | 5.777 |
| Ingresos de explotación | 141.978 | 146.203 | 148.803 | 161.938 | 175.985 | 188.337 | 199.111 |
| Costos de explotación | (66.230) | (70.106) | (70.183) | (76.461) | (84.171) | (88.966) | (94.262) |
| Gastos de administración y ventas | (65.726) | (67.275) | (66.955) | (72.008) | (77.633) | (80.960) | (82.955) |
| Resultado operacional | 10.023 | 8.822 | 11.665 | 13.469 | 14.181 | 18.411 | 21.893 |
| Margen operacional | 7,1% | 6,0% | 7,8% | 8,3% | 8,1% | 9,8% | 11,0% |
| EBITDA | 25.045 | 23.737 | 26.122 | 25.746 | 25.801 | 29.492 | 33.548 |
| Margen EBITDA | 17,6% | 16,2% | 17,6% | 15,9% | 14,7% | 15,7% | 16,8% |

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2008

La Compañía, cuenta con una participación de mercado total de 25%, la cual se descompone de 5% en el segmento cola y 48% en el segmento de sabores, siendo el líder en este último.

En el segmento gaseosas con sabor posee una amplia cartera de marcas, compuesta por las marcas CCU: Bilz, Bilz Light, Pap, Pap Light, Kem, Kem Xtreme y Nobis, con sus sabores naranja, piña y guinda; las marcas licenciadas de Schweppes Holdings Ltd.: Crush, Crush Light, Limón Soda, Limón Soda Light, Ginger Ale, Ginger Ale Light, Agua Tónica y Agua Tónica Light, y de PepsiCo: 7Up y 7Up Light.

En el segmento de las bebidas colas, también bajo licencia de PepsiCo, la Compañía fabrica y comercializa Pepsi y Pepsi Light. En la categoría isotónica, ECUSA es líder con Gatorade, bebida

isotónica número uno a nivel mundial además de Propel, bebida deportiva baja en calorías. En bebidas energéticas, ECUSA comercializa en Chile SoBe Adrenaline Rush; en la categoría de bebidas en base a té, produce y vende Lipton Ice Tea, ambos productos bajo licencia de PepsiCo.

En el segmento de los néctares, la Compañía participa en un Joint Venture con Watt's, en virtud del cual CCU y Watt's participan indirectamente y en partes iguales en Promarca S.A. Esta compañía es dueña de las marcas Watt's, Ice Frut de Watt's, Yogu Yogu y Shake a Shake en Chile. Promarca otorgó a sus accionistas licencias exclusivas e indefinidas de sus marcas para producción y venta de diferentes categorías de productos.



Planta Casablanca - Porvenir, V Región



Respecto del segmento de las aguas, en diciembre de 2007 se materializó el acuerdo de asociación entre la Compañía y Nestlé. Esta última adquirió un 20% de participación en la filial Aguas CCU-Nestlé Chile S.A., y tiene una opción de compra para aumentar su participación en un 29,9% adicional, que expira el 5 de junio de 2009.

En consecuencia, CCU desarrolla, a través de Aguas CCU-Nestlé Chile S.A., el negocio de aguas minerales y purificadas en Chile. En el segmento de aguas minerales, la Compañía es líder con 67% de participación de mercado, siendo su principal marca Cachantun, además de Porvenir. Como parte de esta asociación, Aguas CCU-Nestlé Chile S.A. produce y vende la marca de agua purificada Nestlé Pure Life en Chile, a partir de Septiembre de 2008.

Las bebidas gaseosas de ECUSA se producen y embotellan en las plantas que la Compañía posee en Antofagasta, Santiago y Talcahuano, desde donde son distribuidas a todo el país. La

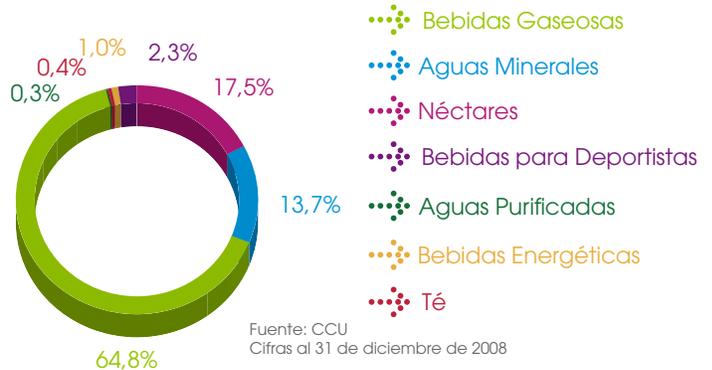
Planta de ECUSA en Santiago fue certificada en el Sistema de Seguridad Alimentaria, HACCP. Esta norma asegura la inocuidad alimentaria de los productos fabricados en esta planta. Esta acreditación compromete a la Compañía a continuar trabajando por el aseguramiento de la inocuidad de sus productos y por el mejoramiento continuo de los procesos. Asimismo, las aguas minerales Cachantun y Porvenir son embotelladas en su fuente natural en Coinco y Casablanca, VI Región y V Región, respectivamente; desde donde son transportadas a los centros de distribución del sistema CCU, a lo largo de todo el país. La planta de Cachantun, en Coinco, cuenta con las certificaciones internacionales ISO 9001-2000 que acreditan el proceso, y HACCP que acredita la inocuidad del producto, asegurando la calidad del proceso de embotellación del agua mineral desde su fuente de origen hasta la entrega del producto al cliente.

EBITDA



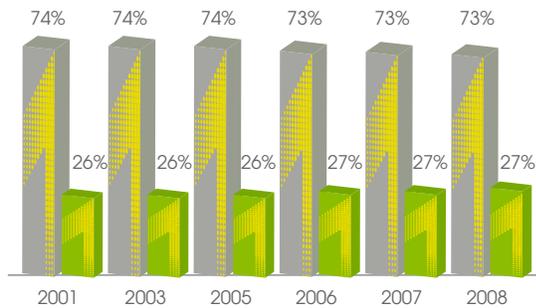
Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2008.
Fuente: CCU

Distribución de las Ventas



Fuente: CCU
Cifras al 31 de diciembre de 2008

Market Share (%)



CCU Coca-Cola

Fuente: ANBER, solo considera ventas en Chile de CCU y Coca-Cola.

Consumo per Capita (litros)



Fuente: Estimaciones CCU

Vinos

El 9 de diciembre se formalizó la fusión por incorporación de Viña Tarapacá Ex Zavala S.A. en Viña San Pedro S.A., conformándose la Viña San Pedro Tarapacá S.A. ("VSPT"), que para efectos de resultados, consolida esta operación a partir del 1° de Octubre de 2008. Este nuevo grupo formado por San Pedro, Tarapacá, Santa Helena, Altaír, Finca La Celia, Urmeneta, Misiones de Rengo, Viña Mar, Casa Rivas, Tamarí, Tabalí y Leyda pasa a liderar en Chile la categoría de vinos finos con un 22,4% de participación de mercado y se consolida como el segundo exportador del país.

En el año 2008, el segmento de vinos vendió \$99.560 millones de pesos lo que corresponde a 12,7% de las ventas netas consolidadas y contribuyó con el 8,0% del EBITDA consolidado.

VSPT posee 4.024 hectáreas plantadas, 3.624 de las cuales se encuentran en Chile y 400 pertenecen a Finca La Celia S.A. en Argentina. Adicionalmente, VSPT cuenta con 497 hectáreas arrendadas a largo plazo. Como resultado de la fusión, se han agregado más de 930 hectáreas de viñedos en el Valle del Maipo y Valle de Casablanca. Durante el año 2008, Viña San Pedro Tarapacá S.A. abasteció 24% de sus necesidades de vino con producción propia a, mientras que el resto fue comprado a terceros en forma de vino y uva. En el caso del vino doméstico, la totalidad es comprada a terceros, con la excepción de los vinos finos. En exportaciones 63% fue abastecido con producción propia.

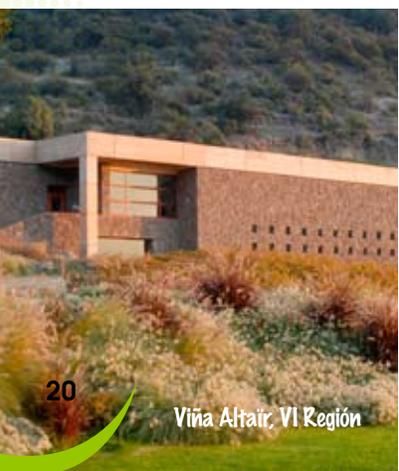
| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|--------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Volumen total (miles de hectolitros) | 900 | 958 | 951 | 925 | 863 | 925 | 922 |
| Volumen doméstico-Chile | 512 | 505 | 503 | 525 | 463 | 490 | 493 |
| Volumen de exportación-Chile | 383 | 412 | 420 | 365 | 360 | 382 | 378 |
| Volumen doméstico-Argentina | 5 | 21 | 8 | 9 | 11 | 14 | 13 |
| Volumen de exportación-Argentina | - | 20 | 20 | 27 | 29 | 39 | 37 |
| Ingresos de explotación | 96.322 | 104.702 | 101.432 | 100.304 | 89.176 | 94.746 | 99.560 |
| Gastos de explotación | (59.979) | (70.460) | (68.236) | (69.952) | (61.647) | (59.418) | (58.262) |
| Gastos de administración y ventas | (25.141) | (29.871) | (27.138) | (28.353) | (26.138) | (29.131) | (34.316) |
| Resultado operacional | 11.205 | 4.370 | 6.059 | 1.999 | 1.391 | 6.197 | 6.982 |
| Margen operacional | 11,6% | 4,2% | 6,0% | 2,0% | 1,6% | 6,5% | 7,0% |
| EBITDA | 14.311 | 7.944 | 11.701 | 7.811 | 7.765 | 12.760 | 14.036 |
| Margen EBITDA | 14,9% | 7,6% | 11,5% | 7,8% | 8,7% | 13,5% | 14,1% |

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2008

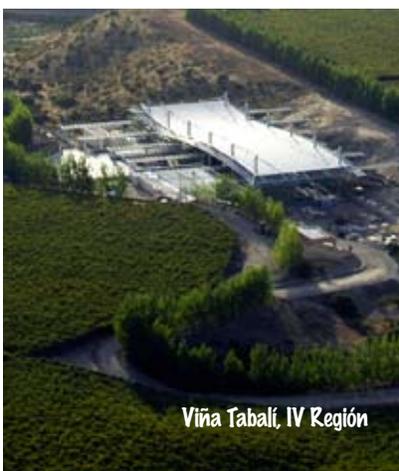
Con el objetivo de ofrecer máxima calidad y tener procesos amigables con el medioambiente, VSPT es una de las viñas chilenas con mayor número de certificaciones en la industria local. San Pedro logró en diciembre la recertificación de su Sistema Integrado de Gestión (SIG), en sus instalaciones de Molina, oficinas centrales y bodegas en puertos. Además, obtuvo nuevamente la certificación de las Normas para Productos Alimentarios BRC (British Retail Consortium) e IFS (International Food and Standard), en Higher Level. Estos estándares son altamente apreciados en el mercado europeo, donde las cadenas de supermercados siempre prefieren a clientes que tengan ese tipo de auditorías. Por otra parte, Santa Helena tiene certificado su SIG, en las instalaciones de San Fernando. Igualmente, Finca La Celia tiene su SIG certificado y obtuvo durante el año 2008 la certificación en ISO-22000 de Inocuidad Alimentaria. Adicionalmente, Tarapacá

estableció un sistema de Gestión Medioambiental que fue aprobado y certificado por Lloyd's Register Quality Assurance, de acuerdo con la norma ISO-14001-1996, lo que implica que realiza sus actividades en armonía con el entorno y está comprometida con un programa de mejoramiento continuo de gestión ambiental. Tarapacá también tiene certificadas sus bodegas de Isla de Maipo y Misiones de Rengo en BRC, certificación que involucra la certificación HACCP.

En el mercado doméstico, la venta se efectúa con una fuerza de venta dedicada, en los principales centros urbanos, y en forma sinérgica con CCU en el resto del país. En el exterior, una de las principales fortalezas de VSPT consiste en su consolidada red de distribuidores que abarca los cinco continentes, llevando sus vinos a aproximadamente 80 países.



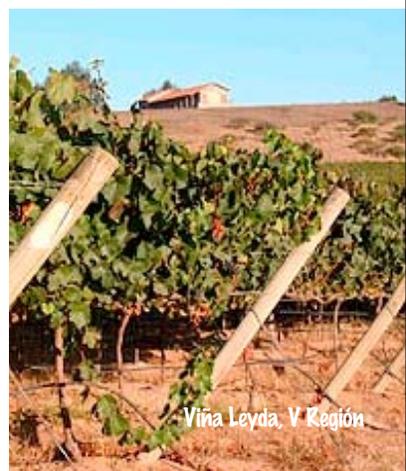
Viña Altaír, VI Región



Viña Tabalí, IV Región



Viña Tamarí, Argentina



Viña Leyda, V Región

Licores

El negocio de licores generó en el año 2008 \$41.888 millones de pesos en ventas, lo que representa un 5,4% de las ventas totales de la Compañía y contribuyó con el 4,6% del EBITDA consolidado.

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------------------------------|---------|---------|----------|----------|----------|----------|
| Volumen (miles de hectolitros) | 32 | 70 | 203 | 205 | 216 | 211 |
| ingresos de explotación | 5.459 | 10.265 | 34.086 | 39.247 | 43.377 | 41.888 |
| Costos de explotación | (4.013) | (7.709) | (23.132) | (23.456) | (24.180) | (20.899) |
| Gastos de administración y ventas | (3.789) | (5.241) | (12.738) | (14.957) | (15.812) | (15.113) |
| Resultado operacional | (2.343) | (2.685) | (1.784) | 834 | 3.385 | 5.876 |
| Margen operacional | -42,9% | -26,2% | -5,2% | 2,1% | 7,8% | 14,0% |
| EBITDA | (2.178) | (2.374) | (800) | 2.144 | 5.213 | 8.205 |
| Margen EBITDA | -39,9% | -23,1% | -2,3% | 5,5% | 12,0% | 19,6% |

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre de 2008

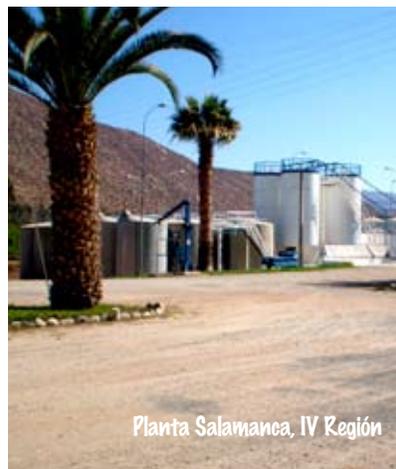
CCU posee -directa e indirectamente- 80% de CPCh y Control el 20% restante. El negocio del pisco demostró tener interesantes perspectivas para CCU, debido a que posee sinergias significativas con las otras líneas de productos en los aspectos de ventas, distribución, producción y servicios compartidos. Así mismo, la estacionalidad de su consumo lo hace perfectamente complementario a los productos que distribuye la Compañía. La industria del pisco es una de las 10 principales industrias de consumo masivo que existen en el país, lo que constituye una alternativa atractiva desde el punto de creación de valor para los accionistas de CCU.

En el segmento de cocktails CPCh cuenta con una serie de marcas como: Campanario: Sour, Sour Light, Pica, Mango, Mango Light, Berries, Melón Colada, Melón Tuna Colada, Chirimoya Colada, Piña Colada, Vaina, Cola de Mono. Ruta Norte: Sour, Sour Pica, Sour Light, Sour Mango, Sour Berries, Piña Colada, Piña Colada Light. La Serena: Sour. De acuerdo a ACNielsen, CPCh en 2008 lideró el mercado de los cocktails con 63% de participación de mercado.



CPCh, continuando con su tendencia innovadora, ingresó en mayo de 2007 al negocio del ron con el lanzamiento de Ron Sierra Morena, en sus tres versiones: Añejado, Extra Añejado y Blanco. De esta forma, CPCh incursiona en nuevas categorías en el segmento de licores, siendo el ron el segundo licor más consumido en Chile luego del pisco, y el de mayor crecimiento en los últimos años. De acuerdo a estimaciones internas, la participación de la compañía en el mercado del ron fue 18% para 2008.

CPCh cuenta con tres plantas productivas (destiladoras): Planta Salamanca en el valle del Choapa, Planta Monte Patria y Planta Sotaqui, en el valle del Limarí. Adicionalmente, en el Valle de Elqui, zona de Paihuano, posee la Planta de Pisco Elqui, centro turístico y planta productora de jugo de uva, que es trasladado a las plantas del Valle del Limarí para su transformación. Asimismo, a fines del año 2007, se terminó la construcción e implementación de la moderna planta de Ovalle, con una capacidad de envasado de 9.940 lt/hora, la que ha reunido todas las líneas de embotellado de la Compañía que antes estaban repartidas en tres lugares distintos, generando grandes sinergias.



Alimentos Listos para su Consumo (Snack Dulces)

CCU posee desde enero de 2004 una participación accionaria de 50% en FOODS Compañía de Alimentos CCU S.A. (ex Calaf S.A) en un Joint Venture en que participan en partes iguales su filial Embotelladoras Chilenas Unidas (hoy a través de CCU Inversiones S.A.) y Empresas Lucchetti S.A. (hoy Industria Nacional de Alimentos S.A.), compañía esta última controlada por Quiñenco S.A., con el objetivo de entrar al negocio de los snacks dulces para evaluar las habilidades de CCU de distribuir otros productos distintos de bebestibles. De esta forma, la Compañía ingresa a la industria de los alimentos "Listos para su Consumo" que ofrece un interesante

potencial de crecimiento, con un tamaño cercano a los US\$1.200 millones en Chile.

A la marca Calaf para caramelos, confites y galletas, y a la marca Natur para cereales y snacks naturales, en agosto se agregó Nutrabien, líder absoluto en productos tipo hecho-en-casa de categoría premium.

El negocio de los snacks dulces tiene interesantes perspectivas para CCU, debido a que posee sinergias significativas con las otras líneas de productos en los aspectos de venta, distribución y plataforma de servicios compartidos.



Planta Talca, VII Región



Planta Talagante - Nutrabien, RM



Planta La Reina, RM

Unidades Estratégicas de Servicio (UES)

El objetivo central de las UES es entregar el nivel de servicio requerido en los Servicios Compartidos prestados a las Unidades Estratégicas de Negocio, capturando sinergias de la gestión centralizada de sus respectivas funciones, organizándose en tres unidades principales: Fábrica de Envases Plásticos S.A. (PLASCO), focalizada en las funciones de diseñar y fabricar envases plásticos, Transportes CCU Ltda. (Transportes CCU), focalizada en las funciones de administración de los centros de distribución, logística y despacho a clientes en Chile y Comercial CCU S.A. encargada de la comercialización conjunta de todos los productos de CCU y filiales en las zonas donde resulte más rentable que tener una fuerza de venta de dedicación exclusiva.

❖❖❖ Fábrica de Envases Plásticos S.A. (PLASCO)

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

❖❖❖ Transportes CCU Ltda. (Transportes CCU)

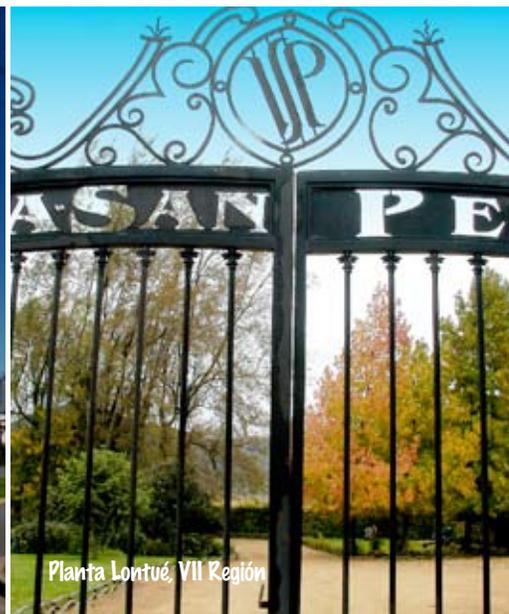
Transportes CCU Ltda. es la unidad encargada de la logística y distribución de la totalidad de los productos de la Compañía, destacándose como la empresa de logística más grande del país, en términos de volumen físico transportado y nivel de operaciones. Esta unidad presta servicios a todas las Unidades Estratégicas de Negocios (UEN) de CCU en la administración de los centros de distribución, logística y despacho a clientes en Chile.

❖❖❖ Comercial CCU S.A.

Es la unidad encargada de efectuar la venta de los productos en Chile a través de una fuerza de venta única para todos los productos de la Compañía, en la zona Norte desde Arica hasta Copiapó/Vallenar y en la zona Sur desde Curicó a Coyaique, con excepción de la ciudad de Concepción. En el resto del territorio existe fuerza de venta de dedicación exclusiva de cada UEN.



Planta Luján, Argentina



Planta Lontué, VII Región



Planta Santiago, RM

V. Resumen

Financieros

| ••• Balances | dic-04 | dic-05 | dic-06 | dic-07 | dic-08 |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Existencias | 66.512 | 84.533 | 82.031 | 84.267 | 133.910 |
| Activo Circulante | 276.164 | 287.657 | 303.254 | 364.167 | 375.711 |
| Activo Fijo Neto | 372.697 | 382.700 | 399.264 | 429.045 | 519.520 |
| Otros Activos | 83.822 | 98.078 | 113.660 | 106.973 | 177.722 |
| Total Activos | 732.683 | 768.434 | 816.178 | 900.185 | 1.072.953 |
| Pasivo Circulante | 154.911 | 130.184 | 166.074 | 164.129 | 273.368 |
| Pasivo Largo Plazo | 156.147 | 209.077 | 192.385 | 239.048 | 209.539 |
| Pasivo Exigible | 311.058 | 339.261 | 358.459 | 403.177 | 482.907 |
| Patrimonio | 373.744 | 380.969 | 408.452 | 437.556 | 496.246 |
| Total Pasivos | 732.683 | 768.434 | 816.178 | 900.185 | 1.072.953 |

| ••• Estado de Resultados | dic-04 | dic-05 | dic-06 | dic-07 | dic-08 |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ingresos de Explotación | 520.270 | 587.576 | 638.357 | 684.201 | 781.789 |
| Costos de Explotación | (250.554) | (281.471) | (303.963) | (321.562) | (369.739) |
| Gastos de Administración y Ventas | (197.087) | (226.730) | (241.187) | (252.232) | (290.985) |
| Resultado operacional | 72.628 | 79.375 | 93.207 | 110.407 | 121.066 |
| Ingresos Financieros | 137 | 955 | 3.000 | 1.287 | 571 |
| Gastos Financieros | (7.336) | (8.851) | (8.905) | (9.508) | (12.274) |
| Gastos Financieros Netos | (7.199) | (7.896) | (5.904) | (8.221) | (11.704) |
| Resultado No Operacional | (7.643) | (11.123) | (11.590) | (3.688) | (21.253) |
| Utilidad Antes de Impuestos | 64.986 | 68.251 | 81.617 | 106.719 | 99.812 |
| Utilidad (Pérdida) del Ejercicio | 56.158 | 57.531 | 65.301 | 86.248 | 82.631 |

| ••• Estado de Flujos de Efectivo | dic-04 | dic-05 | dic-06 | dic-07 | dic-08 |
|--|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Flujo neto Positivo (Negativo) Originado por Actividades de la Operación | 96.935 | 96.764 | 114.445 | 130.221 | 119.595 |
| Flujo neto Positivo (Negativo) Originado por Actividades de Financiamiento | (49.093) | (27.389) | (41.917) | (24.283) | (30.077) |
| Flujo neto Positivo (Negativo) Originado por Actividades de Inversión | (55.094) | (80.547) | (60.470) | (52.099) | (160.490) |
| Flujo Neto Positivo (Negativo) del Período | (7.252) | (11.172) | 12.058 | 53.839 | (70.972) |
| Efecto Inflación sobre Efectivo y Efectivo Equivalente | (2.417) | (465) | 157 | (1.790) | (6.226) |
| Variación Neta del Efectivo y Efectivo Equivalente | (9.669) | (11.637) | 12.215 | 52.049 | (77.198) |
| Saldo Inicial de Efectivo y Efectivo Equivalente | 84.143 | 74.475 | 62.838 | 75.052 | 127.102 |
| Saldo Final de Efectivo y Efectivo Equivalente | 74.475 | 62.838 | 75.052 | 127.102 | 49.904 |

| ••• Razones Financieras | dic-04 | dic-05 | dic-06 | dic-07 | dic-08 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Cobertura Gastos Financieros (1) | 9,86 | 8,71 | 10,17 | 12,22 | 9,13 |
| Liquidez Corriente (2) | 1,78 | 2,21 | 1,83 | 2,22 | 1,37 |
| Razón Ácida (3) | 1,32 | 1,53 | 1,31 | 1,66 | 0,86 |
| Razón de Endeudamiento (4) | 0,83 | 0,89 | 0,88 | 0,92 | 0,97 |
| Proporción Deuda Corto Plazo/Deuda Total | 0,50 | 0,38 | 0,46 | 0,41 | 0,57 |
| Proporción Deuda Largo Plazo/Deuda Total | 0,50 | 0,62 | 0,53 | 0,59 | 0,43 |

(1) Resultado antes de impuestos, intereses, depreciación, amortización e ítems extraordinarios / Gastos Financieros

(2) Total Activos Circulantes / Total Pasivos Circulantes

(3) Fondos Disponibles / Total Pasivos Circulantes. Se considera como Fondos Disponibles a los Activos Circulantes menos Existencias y menos Gastos pagados por anticipados

(4) (Total Pasivos Circulantes + Total Pasivos a Largo Plazo) / Total Patrimonio



