

CCU REPORTA RESULTADOS CONSOLIDADOS AL SEGUNDO TRIMESTRE 2020^{1,2}

Santiago, Chile, 5 de agosto de 2020 – CCU anunció hoy sus resultados financieros consolidados para el segundo trimestre, finalizado el 30 de junio de 2020:

- **Los Volúmenes Consolidados** disminuyeron 12,0%. El crecimiento en volumen según segmento de operación fue el siguiente:
 - **Chile** (13,4%)
 - **Negocios Internacionales** (12,0)%
 - **Vinos** 6,5%
- **Los Ingresos por ventas** cayeron 15,6%
- **El EBITDA** alcanzó CLP 19.654 millones, una contracción de 62,1%
- **La Utilidad neta** alcanzó una pérdida de CLP 3.257 millones, una caída de 118,1%
- **La Utilidad por acción** alcanzó CLP 8,8 por acción.

| Principales indicadores (En MHL o millones de pesos a menos que se indique de otra manera) | 2T20 | 2T19 | Variación % | Acum '20 | Acum '19 | Variación % |
|--|----------------|----------------|--------------------|-----------------|-----------------|--------------------|
| Volúmenes | 5.181 | 5.889 | (12,0) | 13.811 | 13.998 | (1,3) |
| Ingresos por ventas | 318.376 | 377.362 | (15,6) | 829.609 | 854.220 | (2,9) |
| Margen bruto | 134.567 | 177.755 | (24,3) | 388.361 | 423.230 | (8,2) |
| EBIT | (7.457) | 24.731 | (130,2) | 54.981 | 100.624 | (45,4) |
| EBITDA | 19.654 | 51.879 | (62,1) | 110.384 | 152.307 | (27,5) |
| Utilidad Neta | (3.257) | 18.040 | (118,1) | 28.978 | 66.556 | (56,5) |
| Utilidad por acción (CLP) | (8,8) | 48,8 | (118,1) | 78,4 | 180,1 | (56,5) |

¹ Para mayor información sobre los términos utilizados consultar el Glosario en Información Adicional y Tablas. Las cifras presentadas han sido redondeadas y pueden no sumar el total debido a aproximaciones.

² Todas las referencias de este reporte, se entenderán referidas a cifras del 2T20 comparadas con cifras del 2T19, a menos que se indique lo contrario.

COMENTARIOS DEL GERENTE GENERAL

NUESTROS FOCOS DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19: Para enfrentar este desafiante escenario, desde marzo hemos ejecutado un plan regional con tres prioridades: (i) las personas, (ii) la continuidad operacional, y (iii) la salud financiera. En primer lugar, para velar por la salud y la seguridad de todos nuestros trabajadores y de las personas con las que interactuamos, en todas nuestras plantas y centros de distribución hemos operado con estrictos protocolos sanitarios. Asimismo, hemos fortalecido nuestro compromiso de apoyar a la sociedad a través de iniciativas tales como: la producción y donación de alcohol gel, alcohol desinfectante, protectores faciales para proteger a nuestros clientes, y productos para apoyar a diversas organizaciones de la comunidad; la sanitización de calles en comunidades cercanas a nuestras viñas; el apoyo a bares y restaurantes a través de la campaña "Yo Invito"; y la repatriación de ciudadanos colombianos y chilenos, entre otras iniciativas. En segundo lugar, hemos mantenido plena operación de nuestras plantas y centros de distribución, junto con las actividades de abastecimiento, ventas, marketing y administración. Al mismo tiempo, hemos continuado trabajando con todos nuestros proveedores y apoyando a nuestros clientes. En tercer lugar, a pesar de nuestra fuerte posición financiera, que se refleja en una baja deuda financiera neta, recientemente emitimos bonos locales por CLP 186.527 millones, a una tasa de interés real promedio del 0,88%, para asegurar nuestra salud financiera en un escenario de gran incertidumbre. Finalmente, agradecemos el fuerte compromiso y dedicación de todos los trabajadores de CCU, que hicieron posible todo lo anterior.

DESEMPEÑO CONSOLIDADO DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19: El EBITDA cayó un 62,1% a CLP 19.654 millones y el margen EBITDA se redujo de un 13,7% a un 6,2%. La utilidad neta registró una pérdida de CLP 3.257 millones desde una ganancia de CLP 18.040 millones en 2019. Con respecto a este trimestre, nos gustaría destacar: (i) el fortalecimiento de nuestra posición de mercado, (ii) el deterioro de los márgenes, y (iii) el control de nuestros gastos. En cuanto a posición de mercado, a pesar de una disminución del 12,0% en los volúmenes consolidados, pudimos mantener o ganar participación de mercado en nuestras principales categorías en Chile gracias a la mejora continua del valor de marca y la ejecución de la fuerza de ventas. Los menores volúmenes fueron explicados principalmente por una profunda contracción en la categoría no alcohólicas en Chile y el Segmento de operación de Negocios Internacionales, siendo en abril la contracción más pronunciada, y desde entonces hemos observado una tendencia al alza. En Chile este trimestre el consumo total de alcohol per cápita disminuyó (estimaciones internas), debido a la fuerte caída de licores, mientras que cerveza y vino doméstico aumentaron. Con respecto a los márgenes, el margen bruto disminuyó de 47,1% a 42,3%, explicado principalmente por efectos externos negativos de la devaluación del CLP y el ARS frente al USD, los cuales se depreciaron 20,4%³ y 65,1%⁴ respectivamente, afectando nuestros costos denominados en USD, y los menores precios promedio del CLP, debido principalmente a la ausencia de aumentos de precios en Argentina, no permitiendo compensar el impacto en los costos de la alta inflación y devaluación en ese país. Es importante mencionar que toma tiempo compensar una fuerte devaluación de las monedas a través de precios y eficiencias. Finalmente, en cuanto a gastos, los MSD&A disminuyeron un 7,9%, debido principalmente a menores gastos de distribución y marketing.

DESEMPEÑO DE SEGMENTOS DE OPERACIÓN Y JV DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19: (i) En el Segmento de operación Chile, los volúmenes disminuyeron un 13,4%, mientras que los precios promedio aumentaron un 0,7%. El EBITDA alcanzó los CLP 24.537 millones, lo que significa una contracción del 46,7%, y el margen EBITDA se deterioró de un 19,6% a un 12,0%. Este desempeño estuvo asociado en gran medida a las restricciones para contener el avance del Covid-19, que impactaron profundamente ocasiones de consumo de alto margen, principalmente a través del cierre del canal "on premise" y la fuerte contracción del consumo de empaques individuales, estos últimos especialmente en aguas, jugos y bebidas funcionales. Durante el trimestre, nuestra plataforma de ventas en línea "La Barra", multiplicó en casi seis veces sus ventas, ayudando, aunque en una menor escala, a contrarrestar la caída de volúmenes y mejorar el mix. (ii) El Segmento de operación Negocios Internacionales, que incluye Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay, reportó una disminución de 12,0% en los volúmenes y de 25,6% en los precios promedio en CLP. El EBITDA registró una pérdida de CLP 11.831 millones. La caída de los volúmenes se produjo en todas las geografías, y fue más profunda en los países con mayores restricciones debido a la pandemia. El menor precio promedio en CLP se explicó principalmente por la ausencia de aumentos de precios en Argentina. (iii) El Segmento de operación Vinos registró un aumento del 6,5% en los volúmenes y un crecimiento del 1,2% en los precios promedio. El EBITDA alcanzó los CLP 10.384 millones, una expansión del 33,7%, y el margen de EBITDA mejoró del 14,3% al 17,8%. El mayor resultado fue impulsado por un buen desempeño en los volúmenes en los mercados domésticos de Chile y Argentina, en este último país asociado a las marcas adquiridas en Argentina en 2019, un USD más fortalecido y su impacto en ingresos de exportación y un menor costo del vino. (iv) En Colombia, donde tenemos un Joint Venture con Postobón, los volúmenes fueron marginalmente positivos, debido a una fuerte recuperación en mayo y junio, este último mes mostrando un crecimiento de dos dígitos, que más que compensó la profunda contracción de abril debido a la pandemia. Este desempeño permitió ganar participación de mercado, reflejando un consolidado portafolio de marcas y una sólida red de distribución.

COMENTARIOS FINALES: En el segundo trimestre de 2020, el desempeño de CCU se vio profundamente afectado por las restricciones para controlar la pandemia de Covid-19, que impactó fuertemente las ocasiones de consumo en todas nuestras geografías. En este contexto continuamos centrándonos en las personas, la continuidad operacional y la salud financiera. Además, los aspectos más destacados del trimestre fueron el fortalecimiento de nuestra posición de mercado, a pesar de la caída del volumen, debido a la mejora continua del valor de nuestras marcas y la ejecución de la fuerza de ventas; el deterioro de los márgenes, principalmente asociado a efectos externos negativos; y el control de nuestros gastos. De cara al futuro, seguiremos poniendo nuestros esfuerzos en recuperar un crecimiento rentable a través de iniciativas de gestión de ingresos, eficiencias y un sólido portafolio de marcas.

3 La variación del CLP contra otras monedas considera el promedio del período 2020 en comparación con el promedio del período 2019. (aop vs. aop, en sus siglas en inglés).

4 La variación del ARS contra otras monedas considera el valor cierre del período 2020 comparado con el promedio del período 2019. (eop vs. aop, en sus siglas en inglés).

PRINCIPALES RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE (Tabla 1 y 3)

- **El Ingreso por ventas** disminuyó un 15,6%, lo que se explica por una caída del 12,0% en los volúmenes consolidados y por una disminución de 4,1% de los precios promedios en CLP. La contracción en los volúmenes fue impulsada por una disminución de 13,4% y 12,0% en los Segmentos operación Chile y Negocios Internacionales, respectivamente, mientras que el Segmento operación Vinos se incrementó en un 6,5%, explicado por los mercados domésticos en Chile y Argentina, esto último asociado a las marcas adquiridas en Argentina en 2019, parcialmente compensado por una disminución en las exportaciones. El menor volumen consolidado fue el resultado de las restricciones para el control de la pandemia en toda la región y su profundo impacto en las ocasiones de consumo. Los menores precios promedio en CLP se explicaron por una caída del 25,6% en el Segmento de operación Negocios Internacionales, debido a la ausencia de aumentos de precios en Argentina, compensada parcialmente por un crecimiento del 1,2% en el Segmento de Operación Vinos, como consecuencia de un mayor USD sobre los ingresos de exportación, y un aumento del 0,7% en el Segmento de Operación de Chile.
- **El Costo de Venta** decreció 7,9%, explicado por la contracción de 12,0% en los volúmenes, compensado parcialmente por un aumento de 4,7% en el Costo de ventas por hectolitro. El Segmento de operación Chile reportó un crecimiento de 11,7% en el Costo de ventas por hectolitro, impulsado por el aumento de los costos ligados al USD dada la devaluación de 20,4%³ del CLP frente al USD, compensado parcialmente por menores costos en materias primas, especialmente PET y aluminio. En el segmento de Operación Negocios Internacionales, el Costo de ventas por hectolitro en CLP disminuyó 12,4%, debido a un efecto de conversión, dado que en moneda local el Costo de ventas por hectolitro aumentó como resultado del incremento de los costos vinculados al USD, explicado en gran medida por la devaluación del 65,1%⁴ del ARS frente al USD, y el impacto de la inflación, compensado parcialmente con menores costos en materias primas. En el Segmento de operación Vinos, el Costo de ventas por hectolitro disminuyó 4,2%, influido por un menor costo del vino que compensó el efecto de la depreciación del CLP frente al USD en nuestros costos de empaques vinculados a esta moneda.
- **El Margen bruto** alcanzó los CLP 134.567 millones, una disminución de 24,3%, lo que dio lugar a una caída de 484 pb en nuestro margen bruto sobre Ingresos por ventas, pasando de 47,1% a 42,3%, como consecuencia de los efectos descritos anteriormente.
- **Los MSD&A** cayeron un 7,9%, debido a la reducción de los gastos de marketing y distribución. En el Segmento de operación Chile, los gastos de MSD&A se contrajeron un 5,2%. En el Segmento de operación Negocios Internacionales los gastos de MSD&A se redujeron un 18,3% y en el Segmento de operación Vinos los gastos de MSD&A crecieron un 9,1%.
- **El EBIT** alcanzó una pérdida de CLP 7.457 millones, una contracción de CLP 32.188 millones. El menor resultado financiero se explicó principalmente por: (i) una contracción del 12,0% en los volúmenes consolidados, (ii) efectos externos negativos de la devaluación del CLP y el ARS frente al USD, que afectaron nuestros costos denominados en USD y la conversión de nuestros resultados, compensados parcialmente por los ingresos de exportación de vino, y (iii) menores precios promedio en CLP, que reflejan principalmente la ausencia de aumentos de precios en Argentina, lo que no nos permite compensar el impacto en los costos de la alta inflación y la devaluación en dicho país. Estos efectos fueron parcialmente compensados por la disminución de 7,9% en los gastos de MSD&A, debido principalmente a menores gastos de marketing y distribución.
- **El EBITDA** disminuyó un 62,1%, o CLP 32.225 millones, hasta alcanzar los CLP 19.654 millones, lo que se explica por una caída de CLP 21.492 millones en el Segmento de operación Chile, y una caída de CLP 12.448 millones en el Segmento de operación Negocios Internacionales, compensada parcialmente por un aumento de CLP 2.615 millones en el Segmento de operación Vinos. El margen EBITDA cayó 757 pb, del 13,7% al 6,2%.
- **El Resultado no operacional** reportó una pérdida de CLP 240 millones, una disminución de 96,7% en comparación con la pérdida de CLP 7.271 millones el año pasado, debido principalmente a: (i) una mayor ganancia por Diferencia de cambio por CLP 9.329 millones, (ii) un mejor resultado por CLP 4.287 millones en Resultados por unidades de ajuste, explicado principalmente por una menor variación de UF durante el 2T20 en comparación con el 2T19 y su impacto en los pasivos vinculados a UF, y (iii) un mejor resultado en Utilidad de negocios conjuntos y asociadas por CLP 4.261 millones, causado principalmente por un mayor resultado financiero en Colombia. Estos efectos fueron parcialmente compensados por: (i) un mayor Gasto Financiero neto por CLP 5.420 millones, principalmente debido a un mayor Efectivo y equivalentes al efectivo mantenidos el año pasado para pagos de impuestos y dividendos relacionados con la Transacción⁵ con ABI en 2018, y una mayor deuda financiera, y (ii) menor resultado en Otras ganancias/(pérdidas) por CLP 5.427 millones, explicado principalmente por pérdidas en contratos forward suscritos para reducir el impacto de fluctuaciones del tipo de cambio en nuestros activos denominados en moneda extranjera.
- **El Impuesto a las ganancias** alcanzó una ganancia de CLP 4.058 millones, explicado por una pérdida antes de impuestos.
- **La Utilidad neta** totalizó una pérdida de CLP 3.257 millones, una contracción de CLP 21.297 millones, explicada por las razones descritas anteriormente y por un efecto positivo no recurrente de CLP 6.731 millones de un revalúo impositivo de activos en Argentina en 2019.

⁵ Para más detalles, ver Nota 1 letra C, de los estados financieros al 31 de diciembre de 2019.

PRINCIPALES RESULTADOS CONSOLIDADOS ACUMULADOS JUNIO 2020 (Tabla 2 y 4)

- **El Ingreso por ventas** disminuyó un 2,9%, explicado por una caída de 1,3% en los volúmenes consolidados y por un precio promedio 1,6% menor en CLP. La contracción del volumen fue impulsada por una caída de 5,9% en el Segmento de operación Negocios Internacionales, mientras que los Segmentos de operación Chile y Vinos registraron un incremento de 0,4% y 4,8%, respectivamente. El crecimiento negativo del volumen consolidado se explicó por las restricciones para controlar la pandemia de Covid-19 en la región, que afectó fuertemente las ocasiones de consumo durante el segundo trimestre. Los menores precios promedio se explicaron por una caída de 7,9% en el Segmento de operación Negocios Internacionales, principalmente debido a la ausencia de aumentos de precios en Argentina, y por una disminución de 1,0% en los precios promedio en el Segmento de operación Chile, como resultado de actividades promocionales en el primer trimestre. Estos efectos fueron parcialmente compensados por un crecimiento de 4,1% en el Segmento de operación Vinos, como consecuencia del efecto positivo de un USD más fortalecido en los ingresos por exportaciones.
- **El Costo de Venta** aumentó un 2,4%, explicado por el incremento de 3,8% en el Costo de ventas por hectolitro, parcialmente compensado por la contracción de 1,3% en los volúmenes. El Segmento de operación Chile reportó un crecimiento de 6,9% en el Costo de ventas por hectolitro, impulsado por el aumento en los costos vinculados al USD dada la devaluación del 20,3%³ del CLP frente al USD, parcialmente compensado con menores costos en materias primas, especialmente aluminio y PET, y eficiencias en gastos de fabricación. En el Segmento de operación Negocios Internacionales, el costo de ventas por hectolitro en CLP aumentó 0,8%, principalmente como resultado de mayores costos vinculados al USD, explicado en gran parte por la devaluación del 65,1%⁴ del ARS contra el USD, y el impacto de la elevada inflación, parcialmente compensado con menores costos en materias primas y eficiencias. En el Segmento de operación Vino, el Costo de ventas por hectolitro disminuyó 6,0%, explicado por un menor costo del vino que más que compensó el efecto de la depreciación del CLP contra el USD en nuestros materiales de empaque vinculados a esta moneda.
- **El Margen bruto** alcanzó CLP 388.361 millones, una caída de 8,2%, resultando en una contracción de 273 bps en el Margen Bruto sobre Ingresos por ventas, de 49,5% a 46,8%, como consecuencia de los efectos descritos anteriormente.
- **Los MSD&A** crecieron un 2,6% y, como porcentaje de los Ingresos por Ventas, aumentaron 218 pb. En el Segmento de operación Chile, los MSD&A aumentaron un 3,0% y, como porcentaje de los Ingresos por ventas, se incrementaron en 132 pb. En el Segmento de operación Negocios Internacionales, los MSD&A disminuyeron 3,4% en CLP y, como porcentaje de los Ingresos por ventas se deterioró en 552 pb, principalmente asociado con el alto nivel de inflación en Argentina, no compensado con aumentos de precios. En el Segmento de operación Vinos, los MSD&A crecieron 15,3% y, como porcentaje de los Ingresos por ventas, aumentaron 154 pb, explicado principalmente por mayores gastos de comercialización debido a los gastos de exportación, principalmente denominados en dólares y euros.
- **El EBIT** alcanzó CLP 54.981 millones, una contracción de 45,4%. El menor resultado financiero se explicó principalmente por: (i) fuertes efectos externos negativos provenientes de la devaluación del CLP y el ARS frente al USD, que afectaron nuestros costos denominados en USD y la traducción de nuestros resultados, parcialmente compensados por ingresos de exportación de vino, (ii) una disminución de 1,3% en los volúmenes consolidados, y (iii) menores precios promedio en CLP, reflejando principalmente la ausencia de aumentos de precios en Argentina, lo que no nos permitió compensar el impacto en los costos de la alta inflación y devaluación en este país.
- **El EBITDA disminuyó 27,5%**, alcanzando CLP 110.384 millones, explicado por una contracción de 21,0% en el Segmento de operación Chile y una caída de CLP 19.955 millones en el Segmento de operación Negocios Internacionales, parcialmente compensado por una expansión del 55,6% en el Segmento de operación Vinos. En consecuencia, el margen EBITDA cayó 452 pb, de 17,8% a 13,3%.
- **El Resultado no operacional** reportó una pérdida de CLP 6.424 millones, una disminución de 47,3% en comparación con la pérdida de CLP 12.190 millones el año pasado, debido principalmente a: (i) una mayor ganancia por Diferencia de cambio por CLP 5.080 millones, (ii) un mejor resultado en Utilidad de negocios conjuntos y asociadas por CLP 5.015 millones, causado principalmente por un mayor resultado financiero en Colombia, (iii) un mejor resultado de CLP 2.916 millones en Resultados por unidades de ajuste, explicado principalmente por una menor variación de UF durante el 2T20 en comparación con el 2T19 y su impacto en pasivos vinculados a UF, y (iv) mejor resultado en Otras ganancias/(pérdidas) por CLP 2.838 millones, explicado principalmente por ganancias en contratos forward suscritos para reducir el impacto de fluctuaciones del tipo de cambio en nuestros activos denominados en moneda extranjera. Estos efectos fueron parcialmente compensados por: (i) un mayor Gasto Financiero neto por CLP 10.083 millones, principalmente debido a un mayor Efectivo y equivalentes al efectivo mantenidos el año pasado para pagos de impuestos y dividendos relacionados con la Transacción⁵ con ABI de 2018, y una mayor deuda financiera.
- **El Impuesto a las ganancias** alcanzó CLP 16.280 millones, expandiéndose 8,9% respecto al año pasado, explicado principalmente por mayores impuestos resultantes de nuestros activos denominados en moneda extranjera como consecuencia de la apreciación del USD frente al CLP durante el primer semestre del año y un efecto positivo no recurrente de CLP 6.731 millones de un revalúo impositivo de activos en Argentina en 2019, parcialmente compensado por una menor Utilidad antes de impuestos.
- **La Utilidad neta** alcanzó CLP 28.978 millones, lo que significó una contracción de 56,5%.

PRINCIPALES RESULTADOS POR SEGMENTOS DE OPERACIÓN DEL SEGUNDO TRIMESTRE



SEGMENTO DE OPERACIÓN CHILE

En el Segmento de operación Chile, los volúmenes disminuyeron un 13,4%, mientras que los precios promedio aumentaron un 0,7%. El EBITDA alcanzó los CLP 24.537 millones, lo que significa una contracción del 46,7%, y el margen EBITDA se deterioró de un 19,6% a un 12,0%. Este desempeño estuvo asociado en gran medida a las restricciones para contener el avance del Covid-19, que impactaron profundamente ocasiones de consumo de alto margen, principalmente a través del cierre del canal "on premise" y la fuerte contracción del consumo de empaques individuales, estos últimos especialmente en aguas, jugos y bebidas funcionales. Durante el trimestre, nuestra plataforma de ventas en línea "La Barra", multiplicó en casi seis veces sus ventas, ayudando, aunque en una menor escala, a contrarrestar la caída de volúmenes y mejorar el mix.

Durante la emergencia sanitaria del Covid-19, CCU ha reforzado su compromiso con la sociedad desarrollando iniciativas que reflejen la esencia de su operación. Así, además de la producción y donación al Ministerio de Salud de más de cincuenta mil litros de alcohol gel, utilizando como materia prima el alcohol generado del proceso de desalcoholización de nuestras cervezas sin alcohol Cristal Cero y Heineken 0.0., y más de sesenta mil litros de alcohol desinfectante, utilizando alcohol del proceso de destilación de nuestra filial Compañía Pisquera de Chile, a través de la iniciativa "Almacén Seguro" produjimos y distribuimos más de sesenta mil protectores faciales, confeccionados por nuestra subsidiaria Plasco usando pre-formas PET para la protección de nuestros clientes. También, CCU y su JV Central Cervecera de Colombia pusieron a disposición un vuelo chárter a los ministerios de Relaciones Exteriores de Chile y Colombia para permitir que más de doscientas personas se reúnan con sus familias en medio de la emergencia de salud, en línea con el concepto "Juntémonos" impulsado por nuestra marca de cerveza Cristal y "Colombia en una cerveza" de nuestra marca de cerveza Andina. Además, lanzamos la campaña "Yo Invito" para apoyar bares y restaurantes, donamos productos para apoyar a diversas organizaciones de la comunidad y brindamos apoyo financiero y de consultoría a nuestros clientes a través de CRECCU.

En términos de marcas, lanzamos Pure Life Alkaline, un agua sin gas con más minerales para lograr un nivel de ph más alto, y una nueva edición de Mistral Selección de Barricas, un pisco premium de edición limitada envejecido en roble. También durante el trimestre, adaptamos nuestra estrategia de marketing para estar cerca de nuestros consumidores, incluso en el contexto actual. En este ámbito, fortalecimos nuestros canales digitales mediante el desarrollo de iniciativas como torneos de fútbol en línea con nuestra marca de cerveza Cristal, conciertos en vivo con nuestra marca de cerveza Escudo y el relanzamiento del Canal Pepsi que incluye música y concursos.



SEGMENTO DE OPERACIÓN NEGOCIOS INTERNACIONALES

El Segmento de operación Negocios Internacionales, que incluye Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay, reportó una disminución de 12,0% en los volúmenes y de 25,6% en los precios promedio en CLP. El EBITDA registró una pérdida de CLP 11.831 millones. La caída de los volúmenes se produjo en todas las geografías, y fue más profunda en los países con mayores restricciones debido a la pandemia. El menor precio promedio en CLP se explicó principalmente por la ausencia de aumentos de precios en Argentina.

Con respecto a iniciativas relacionadas con la pandemia Covid-19, donamos cinco mil protectores faciales al Ministerio de Salud y a clientes en Uruguay, en Colombia, a través de nuestra marca Andina, lanzamos el Proyecto Sunrise, una plataforma digital que permite donaciones y pre-compras a más de 1,600 bares y restaurantes y, en Argentina, donamos más de 50 mil unidades de alcohol gel en colaboración con otras compañías. También en Argentina, tras las campañas #AquíEstamos y #AhíEstaremos, de donar cerveza para apoyar a los bares y restaurantes, nuestras marcas donaron 100 mil vasos de Cerveza Salta y 175 mil vasos de cerveza Santa Fe.

En términos de marcas, en Uruguay lanzamos Imperial Cream Stout, una cerveza oscura especial para la temporada de invierno. Además, fortalecimos nuestros canales digitales desarrollando interacciones virtuales con nuestros clientes en Argentina y Bolivia a través de nuestras principales marcas. Finalmente, en Paraguay recientemente comenzamos a operar un nuevo centro de distribución con más capacidad y espacio para nuestros productos y trabajadores.



SEGMENTO DE OPERACIÓN VINOS

El Segmento de operación Vinos registró un aumento del 6,5% en los volúmenes y un crecimiento del 1,2% en los precios promedio. El EBITDA alcanzó los CLP 10.384 millones, una expansión del 33,7%, y el margen de EBITDA mejoró del 14,3% al 17,8%. El mayor resultado fue impulsado por un buen desempeño en los volúmenes en los mercados internos de Chile y Argentina, asociado a las marcas adquiridas en Argentina en 2019, un USD más fortalecido y su impacto en ingresos de exportación y un menor costo del vino.

Durante el trimestre, en adición a la contribución en el proceso de sanitización de calles de varias localidades en Chile, VSPT puso a disposición un equipo de laboratorio PCR al Ministerio de Salud de Chile para fortalecer la capacidad de detección del virus. En términos de reconocimientos internacionales, VSPT obtuvo la certificación "For Life", una reconocida acreditación que evalúa los fundamentos de una empresa sostenible y responsable socialmente, asegurando la excelencia en dar respuesta a las demandas sociales para con las grandes compañías. En cuanto a las marcas, la campaña de marketing "Gato Negro 9Lives" fue la ganadora en la categoría de contenido de marca, en la competencia internacional NYX Videos Awards.

INFORMACIÓN ADICIONAL Y TABLAS

DESCRIPCIÓN DE CCU

CCU es una empresa multicategoría de bebestibles, con operaciones en Chile, Argentina, Bolivia, Colombia, Paraguay y Uruguay. En Chile, CCU es uno de los principales actores en cada una de las categorías en las que participa, incluyendo cervezas, bebidas gaseosas, aguas minerales y envasadas, néctares, vino y pisco, entre otros. A nivel sudamericano, es el segundo mayor cervecero en Argentina y participa, además, en las industrias de sidras, licores y vinos; en Uruguay y Paraguay está presente en el mercado de cervezas, aguas minerales y envasadas, gaseosas y néctares; en Bolivia participa en las industrias de cervezas, aguas envasadas, gaseosas y malta; en Colombia participa en el mercado de cervezas y malta. Los principales contratos de licencia, distribución y/o joint ventures de la Compañía incluyen Heineken Brouwerijen B.V., PepsiCo Inc., Seven-up International, Schweppes Holdings Limited, Société des Produits Nestlé S.A., Pernod Ricard Chile S.A., Promarca S.A. (Watt's) y Coors Brewing Company.

INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los comentarios realizados en este 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 Compañía 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 Comisión para el Mercado Financiero (CMF), 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, y también incluye las unidades Transportes CCU Limitada, Comercial CCU S.A., CRECCU S.A. y Fábrica de Envases Plásticos S.A.
- **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, y el mercado doméstico chileno.
- **Otros/Eliminaciones:** Considera los gastos e ingresos corporativos y las eliminaciones de las transacciones realizadas entre segmentos no asignados.

ARS

Peso argentino.

CLP

Peso chileno.

Costo de venta

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

Deuda Financiera Neta

La Deuda Financiera Total menos Efectivo y equivalentes de efectivo.

Deuda Financiera 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 utilidad antes de otras ganancias (pérdidas), 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 (Adjusted 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.

Ratio de Liquidez

Total activos corrientes / Total pasivos corrientes.

UF

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

Utilidad neta

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

Utilidad por acción

Utilidad del ejercicio dividida por el número total de acciones.

USD

Dólar estadounidense.

Tabla 1: Estado de Resultados consolidado (Segundo trimestre 2020)

| Segundo Trimestre | 2020 | 2019 | Total |
|--|-------------------|-----------|-------------|
| | (Millones de CLP) | | Variación % |
| Ingresos por ventas | 318.376 | 377.362 | (15,6) |
| Costo de Venta | (183.809) | (199.607) | (7,9) |
| % de Ingresos | 57,7 | 52,9 | |
| Margen Bruto | 134.567 | 177.755 | (24,3) |
| MSD&A | (145.673) | (158.216) | (7,9) |
| % de Ingresos | 45,8 | 41,9 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 3.649 | 5.192 | (29,7) |
| EBIT | (7.457) | 24.731 | (130,2) |
| % de Ingresos | (2,3) | 6,6 | |
| Gastos Financieros netos | (6.678) | (1.258) | 430,8 |
| Utilidad de negocios conjuntos y asociadas | (2.482) | (6.743) | (63,2) |
| Diferencia de cambio | 10.245 | 916 | 1.018,9 |
| Resultado por unidades de reajuste | 613 | (3.674) | (116,7) |
| Otras ganancias / (pérdidas) | (1.939) | 3.488 | (155,6) |
| Resultado no operacional | (240) | (7.271) | (96,7) |
| Utilidad antes de impuestos | (7.698) | 17.460 | (144,1) |
| Impuestos a las ganancias | 4.058 | 3.622 | 12,0 |
| Utilidad del período | (3.639) | 21.082 | (117,3) |

Utilidad del período atribuible a:

| | | | |
|----------------------------------|---------|---------|---------|
| Propietarios de la controladora | (3.257) | 18.040 | (118,1) |
| Participaciones no controladoras | 383 | (3.042) | (112,6) |

| | | | |
|---------------|--------|--------|--------|
| EBITDA | 19.654 | 51.879 | (62,1) |
| % de Ingresos | 6,2 | 13,7 | |

INFORMACIÓN ADICIONAL

| | | | |
|---------------------------|-------------|-------------|---------|
| Número de Acciones | 369.502.872 | 369.502.872 | |
| Acciones por ADR | 2 | 2 | |
| Utilidad por acción (CLP) | (8,8) | 48,8 | (118,1) |
| Utilidad por ADR (CLP) | (17,6) | 97,6 | (118,1) |
| Depreciación | 27.111 | 27.148 | (0,1) |
| CAPEX | 29.520 | 35.629 | (17,1) |

Tabla 2: Estado de Resultados consolidado (Seis meses al 31 de junio de 2020)

| Acumulado a Junio | 2020 | 2019 | Total |
|--|-------------------|-----------|-------------|
| | (Millones de CLP) | | Variación % |
| Ingresos por ventas | 829.609 | 854.220 | (2,9) |
| Costo de Venta | (441.248) | (430.990) | 2,4 |
| % de Ingresos | 53,2 | 50,5 | |
| Margen Bruto | 388.361 | 423.230 | (8,2) |
| MSD&A | (341.214) | (332.673) | 2,6 |
| % de Ingresos | 41,1 | 38,9 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 7.835 | 10.068 | (22,2) |
| EBIT | 54.981 | 100.624 | (45,4) |
| % de Ingresos | 6,6 | 11,8 | |
| Gastos Financieros netos | (11.336) | (1.253) | 804,9 |
| Utilidad de negocios conjuntos y asociadas | (5.307) | (10.322) | (48,6) |
| Diferencia de cambio | 6.355 | 1.276 | 398,3 |
| Resultado por unidades de reajuste | (1.586) | (4.502) | (64,8) |
| Otras ganancias / (pérdidas) | 5.449 | 2.611 | 108,7 |
| Resultado no operacional | (6.424) | (12.190) | (47,3) |
| Utilidad antes de impuestos | 48.557 | 88.434 | (45,1) |
| Impuestos a las ganancias | (16.280) | (14.944) | 8,9 |
| Utilidad del período | 32.277 | 73.490 | (56,1) |

| Utilidad del período atribuible a: | | | |
|------------------------------------|---------|---------|--------|
| Propietarios de la controladora | 28.978 | 66.556 | (56,5) |
| Participaciones no controladoras | (3.299) | (6.934) | (52,4) |

| | | | |
|---------------|---------|---------|--------|
| EBITDA | 110.384 | 152.307 | (27,5) |
| % de Ingresos | 13,3 | 17,8 | |

| INFORMACIÓN ADICIONAL | | | |
|---------------------------|-------------|-------------|--------|
| Número de Acciones | 369.502.872 | 369.502.872 | |
| Acciones por ADR | 2 | 2 | |
| Utilidad por acción (CLP) | 78,4 | 180,1 | (56,5) |
| Utilidad por ADR (CLP) | 156,8 | 360,2 | (56,5) |
| Depreciación | 55.402 | 51.682 | 7,2 |
| CAPEX | 67.302 | 61.896 | 8,7 |

Tabla 3: Información por segmentos (Segundo trimestre 2020)

| Segundo Trimestre (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera) | 1. Segmento de operación Chile | | | 2. Segmento de operación Negocios Internacionales | | | 3. Segmento de operación Vinos | | |
|---|--------------------------------|-----------|--------|---|----------|-----------|--------------------------------|----------|-------|
| | 2020 | 2019 | A/A % | 2020 | 2019 | A/A % | 2020 | 2019 | A/A % |
| Volúmenes | 3.390 | 3.917 | (13,4) | 1.433 | 1.629 | (12,0) | 385 | 362 | 6,5 |
| Ingresos por ventas | 205.118 | 235.434 | (12,9) | 60.638 | 92.608 | (34,5) | 58.365 | 54.191 | 7,7 |
| Ingresos (CLP/HL) | 60.500 | 60.103 | 0,7 | 42.329 | 56.859 | (25,6) | 151.621 | 149.863 | 1,2 |
| Costo de ventas | (110.531) | (114.305) | (3,3) | (40.816) | (52.954) | (22,9) | (35.314) | (34.620) | 2,0 |
| % de Ingresos | 53,9 | 48,6 | | 67,3 | 57,2 | | 60,5 | 63,9 | |
| Margen bruto | 94.587 | 121.129 | (21,9) | 19.822 | 39.655 | (50,0) | 23.051 | 19.571 | 17,8 |
| % de Ingresos | 46,1 | 51,4 | | 32,7 | 42,8 | | 39,5 | 36,1 | |
| MSD&A | (87.024) | (91.778) | (5,2) | (41.842) | (51.218) | (18,3) | (15.633) | (14.324) | 9,1 |
| % de Ingresos | 42,4 | 39,0 | | 69,0 | 55,3 | | 26,8 | 26,4 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 129 | 210 | | 3.395 | 4.762 | | 91 | 131 | |
| EBIT | 7.693 | 29.561 | (74,0) | (18.624) | (6.801) | 173,8 | 7.508 | 5.378 | 39,6 |
| Margen EBIT | 3,8 | 12,6 | | (30,7) | (7,3) | | 12,9 | 9,9 | |
| EBITDA | 24.537 | 46.029 | (46,7) | (11.831) | 617 | (2.018,7) | 10.384 | 7.769 | 33,7 |
| Margen EBITDA | 12,0 | 19,6 | | (19,5) | 0,7 | | 17,8 | 14,3 | |

| Segundo Trimestre (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera) | 4. Otros/Eliminaciones | | | Total | | |
|---|------------------------|---------|-------|-----------|-----------|---------|
| | 2020 | 2019 | A/A % | 2020 | 2019 | A/A % |
| Volúmenes | (27) | (18) | | 5.181 | 5.889 | (12,0) |
| Ingresos por ventas | (5.745) | (4.871) | 17,9 | 318.376 | 377.362 | (15,6) |
| Ingresos (CLP/HL) | | | | 61.454 | 64.076 | (4,1) |
| Costo de ventas | 2.851 | 2.272 | 25,5 | (183.809) | (199.607) | (7,9) |
| % de Ingresos | | | | 57,7 | 52,9 | |
| Margen bruto | (2.894) | (2.600) | 11,3 | 134.567 | 177.755 | (24,3) |
| % de Ingresos | | | | 42,3 | 47,1 | |
| MSD&A | (1.174) | (896) | 31,0 | (145.673) | (158.216) | (7,9) |
| % de Ingresos | | | | 45,8 | 41,9 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 34 | 89 | | 3.649 | 5.192 | |
| EBIT | (4.035) | (3.407) | 18,4 | (7.457) | 24.731 | (130,2) |
| Margen EBIT | | | | 2,3 | 6,6 | |
| EBITDA | (3.435) | (2.535) | 35,5 | 19.654 | 51.879 | (62,1) |
| Margen EBITDA | | | | 6,2 | 13,7 | |

Tabla 4: Información por segmentos (Seis meses al 31 de junio de 2020)

| Acumulado (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera) | 1. Segmento de operación Chile | | | 2. Segmento de operación Negocios Internacionales | | | 3. Segmento de operación Vinos | | |
|---|--------------------------------|-----------|--------|---|-----------|---------|--------------------------------|----------|-------|
| | 2020 | 2019 | A/A % | 2020 | 2019 | A/A % | 2020 | 2019 | A/A % |
| Volúmenes | 9.388 | 9.350 | 0,4 | 3.774 | 4.012 | (5,9) | 687 | 656 | 4,8 |
| Ingresos por ventas | 546.487 | 549.580 | (0,6) | 185.180 | 213.757 | (13,4) | 107.877 | 98.871 | 9,1 |
| Ingresos (CLP/HL) | 58.214 | 58.776 | (1,0) | 49.070 | 53.285 | (7,9) | 156.998 | 150.758 | 4,1 |
| Costo de ventas | (273.758) | (255.093) | 7,3 | (109.292) | (115.250) | (5,2) | (63.085) | (64.056) | (1,5) |
| % de Ingresos | 50,1 | 46,4 | | 59,0 | 53,9 | | 58,5 | 64,8 | |
| Margen bruto | 272.729 | 294.488 | (7,4) | 75.888 | 98.507 | (23,0) | 44.792 | 34.816 | 28,7 |
| % de Ingresos | 49,9 | 53,6 | | 41,0 | 46,1 | | 41,5 | 35,2 | |
| MSD&A | (208.607) | (202.509) | 3,0 | (99.335) | (102.858) | (3,4) | (30.847) | (26.746) | 15,3 |
| % de Ingresos | 38,2 | 36,8 | | 53,6 | 48,1 | | 28,6 | 27,1 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 521 | 675 | | 6.819 | 8.696 | | 410 | 180 | |
| EBIT | 64.642 | 92.653 | (30,2) | (16.629) | 4.345 | (482,7) | 14.355 | 8.249 | 74,0 |
| Margen EBIT | 11,8 | 16,9 | | (9,0) | 2,0 | | 13,3 | 8,3 | |
| EBITDA | 98.385 | 124.473 | (21,0) | (1.914) | 18.041 | (110,6) | 20.023 | 12.865 | 55,6 |
| Margen EBITDA | 18,0 | 22,6 | | 1,0 | 8,4 | | 18,6 | 13,0 | |

| Acumulado (En MHL o millones de CLP a menos que se indique de otra manera) | 4. Otros/Eliminaciones | | | Total | | |
|---|------------------------|---------|-------|-----------|-----------|--------|
| | 2020 | 2019 | A/A % | 2020 | 2019 | A/A % |
| Volúmenes | (37) | (20) | | 13.811 | 13.998 | (1,3) |
| Ingresos por ventas | (9.935) | (7.989) | 24,4 | 829.609 | 854.220 | (2,9) |
| Ingresos (CLP/HL) | | | | 60.068 | 61.026 | (1,6) |
| Costo de ventas | 4.887 | 3.408 | 43,4 | (441.248) | (430.990) | 2,4 |
| % de Ingresos | | | | 53,2 | 50,5 | |
| Margen bruto | (5.048) | (4.580) | 10,2 | 388.361 | 423.230 | (8,2) |
| % de Ingresos | | | | 46,8 | 49,5 | |
| MSD&A | (2.425) | (561) | 332,3 | (341.214) | (332.673) | 2,6 |
| % de Ingresos | | | | 41,1 | 38,9 | |
| Otros ingresos (gastos) de operación | 85 | 518 | | 7.835 | 10.068 | |
| EBIT | (7.388) | (4.624) | 59,8 | 54.981 | 100.624 | (45,4) |
| Margen EBIT | | | | 6,6 | 11,8 | |
| EBITDA | (6.111) | (3.072) | 98,9 | 110.384 | 152.307 | (27,5) |
| Margen EBITDA | | | | 13,3 | 17,8 | |

Tabla 5: Balance

| | al 30 de junio | Al 31 de diciembre |
|---|------------------|--------------------|
| | 2020 | 2019 |
| | MM CLP | |
| ACTIVOS | | |
| Efectivo y equivalentes al efectivo | 260.687 | 196.369 |
| Otros activos corrientes | 565.027 | 592.913 |
| Total activos corrientes | 825.715 | 789.282 |
| Propiedades, plantas y equipos (neto) | 1.102.880 | 1.071.730 |
| Otros activos no corrientes | 506.720 | 492.679 |
| Total activos no corrientes | 1.609.600 | 1.564.409 |
| Total activos | 2.435.315 | 2.353.691 |
| PASIVOS | | |
| Deuda financiera corriente | 101.371 | 68.386 |
| Otros pasivos | 287.803 | 414.896 |
| Total pasivos corrientes | 389.173 | 483.282 |
| Deuda financiera no corriente | 445.572 | 261.769 |
| Otros pasivos no corrientes | 168.024 | 165.712 |
| Total pasivos no corrientes | 613.597 | 427.481 |
| Total pasivos | 1.002.770 | 910.763 |
| PATRIMONIO | | |
| Capital emitido | 562.693 | 562.693 |
| Otras reservas | (131.400) | (137.503) |
| Resultados acumulados | 888.218 | 902.863 |
| Subtotal patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora | 1.319.512 | 1.328.054 |
| Participaciones no controladoras | 113.033 | 114.873 |
| Total patrimonio | 1.432.545 | 1.442.927 |
| Total pasivos y patrimonio | 2.435.315 | 2.353.691 |
| <u>INFORMACIÓN FINANCIERA ADICIONAL</u> | | |
| Deuda Financiera Total | 546.943 | 330.155 |
| Deuda Financiero Neta | 286.256 | 133.786 |
| Razón de liquidez | 2,12 | 1,63 |
| Deuda Financiera Total / Capitalización | 0,28 | 0,19 |
| Deuda Financiera Neta / EBITDA | 0,97 | 0,40 |