



Santiago, 20 de octubre de 2020

Señores
Comisión para el Mercado Financiero
Presente

Rol N° 0007

Ref. : CCU Presenta Resultados Consolidados al Segundo Trimestre 2020

De nuestra consideración:

Por medio de la presente, hacemos llegar a Uds. copia de la referida información en inglés y español, difundida el día 5 de agosto de 2020 a través del sitio www.ccu.cl, sección Información para Inversionistas.

Le saluda atentamente,

Felipe Dubernet Azócar
Gerente Corporativo de Administración y Finanzas
Compañía Cervecerías Unidas S.A.

cb/sc.
Incl.: Lo citado
c.c. : Bolsa de Comercio de Santiago
Bolsa Electrónica de Chile
Archivo.



CCU REPORTS CONSOLIDATED SECOND QUARTER 2020 RESULTS^{1,2}

Santiago, Chile, August 5, 2020 – CCU announced today its consolidated financial and operating results for the second quarter 2020, which ended June 30, 2020.

- **Consolidated Volumes** decreased 12.0%. Volume variation per Operating segment was as follows:
 - **Chile** (13.4)%
 - **International Business** (12.0)%
 - **Wine** 6.5%
- **Net sales** were down 15.6%
- **EBITDA** reached CLP 19,654 million, a 62.1% decrease
- **Net income** reached a loss of CLP 3,257 million, a drop of 118.1%
- **Earnings per share** reached a loss of CLP 8.8 per share

Key figures (In ThHL or CLP million unless stated otherwise)	2Q20	2Q19	Total change %	YTD20	YTD19	Total change %
Volumes	5,181	5,889	(12.0)	13,811	13,998	(1.3)
Net sales	318,376	377,362	(15.6)	829,609	854,220	(2.9)
Gross profit	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)
Net income	(3,257)	18,040	(118.1)	28,978	66,556	(56.5)
Earnings per share (CLP)	(8.8)	48.8	(118.1)	78.4	180.1	(56.5)

¹ For an explanation of the terms used in this report, please refer to the Glossary in Additional Information and Exhibits. Figures in tables and exhibits have been rounded and may not add up exactly to the total shown.

² All growth or variation references in this Earnings Release refer to 2Q20 compared to 2Q19, unless otherwise stated.

COMMENTS FROM THE CEO

OUR FOCUS DURING THE COVID-19 PANDEMIC: To face this challenging scenario, since March we have been executing a regional plan with three priorities: (i) people, (ii) operation continuity, and (iii) financial health. First, to ensure the health and safety of all our workers and the people we interact with, we have operated with strict sanitary protocols in all our plants and distribution centers. Also, we have reinforced our commitment to support society through initiatives such as: the production and donation of hand-sanitizer, disinfectant alcohol, facial shields to protect our clients, and products to support several community organizations; also, the sanitizing of streets in communities near to our wineries, the support to bars and restaurants through the campaign "Yo Invito", and the repatriation of Colombian and Chilean citizens, among other initiatives. Second, we have maintained the operation of our plants and distribution, together with the activities of procurement, sales, marketing and administration. At the same time, we have kept working with our suppliers and supporting our clients. Third, in spite of our strong financial position, reflected in a low net financial debt, we recently issued local bonds for CLP 186,527 million, with an average real interest rate of 0.88%, to ensure our financial health in this uncertain scenario. Finally, we would like to thank the strong commitment and dedication of all CCU employees, which made all of the above possible.

CONSOLIDATED PERFORMANCE DURING THE COVID-19 PANDEMIC: EBITDA fell 62.1% to CLP 19,654 million and EBITDA margin dropped from 13.7% to 6.2%. Net income recorded a loss of CLP 3,257 million from a gain of CLP 18,040 million in 2019. With respect to this quarter, we would like to highlight: (i) the strengthening of our market position, (ii) the deterioration of margins, and (iii) the control of our expenses. As for our market position, in spite of a decrease of 12.0% in consolidated volumes, we were able to maintain or gain market share in our main categories in Chile based on continuous improvement in brand equity and sales execution. The lower volumes were mainly driven by a deep contraction in non-alcoholic in Chile and in the International Business Operating segment, being the sharpest fall in April, and since then we have seen an upward trend. In Chile, this quarter, total alcohol per capita consumption decreased (internal estimates), due to a sharp fall in spirits, whereas beer and domestic wine increased. Regarding the margins, Gross margin dropped from 47.1% to 42.3%, mainly explained by negative external effects from the devaluation of the CLP and ARS against the USD, which depreciated 20.4%³ and 65.1%⁴, respectively, affecting our USD-denominated costs, and lower average prices in CLP, mainly due to the absence of price increases in Argentina, not allowing us to offset the impact in costs of the high inflation and devaluation in that country. It is important to mention that it takes time to compensate a sharp devaluation of the currencies through pricing and efficiencies. Finally, in respect of expenses, MSD&A expenses decreased 7.9%, mainly due to lower distribution and marketing expenses.

OPERATING SEGMENTS AND JV PERFORMANCE DURING THE COVID-19 PANDEMIC: (i) In the Chile Operating segment, volumes dropped 13.4%, while average prices rose by 0.7%. EBITDA reached CLP 24,537 million, contracting 46.7%, and EBITDA margin deteriorated from 19.6% to 12.0%. This performance was largely associated with lockdown measures, which deeply impacted high margin consumer occasions, mainly through the closure of the on premise channel and the sharp contraction of the single serve consumption, the latter especially in water, juices and sports drinks. During the quarter our e-commerce platform, "La Barra", increased its sales by six times, helping us, although in a lower scale, to offset the drop in volumes and improve our mix. (ii) The International Business Operating segment, which includes Argentina, Bolivia, Paraguay and Uruguay, reported a 12.0% decline in volumes and a 25.6% decrease on average prices in CLP. EBITDA registered a loss of CLP 11,831 million. The drop in volumes was across all the geographies, and it was deeper in countries with stricter restrictions due to the pandemic. The lower average price in CLP was mainly explained by the absence of price increases in Argentina. (iii) The Wine Operating segment posted a 6.5% rise in volumes and a 1.2% growth in average prices. EBITDA reached CLP 10,384 million, an expansion of 33.7%, and EBITDA margin improved from 14.3% to 17.8%. The higher result was driven by a good performance in volumes in the Chilean and Argentine domestic markets, associated with the brands acquired in Argentina in 2019, a stronger USD on export revenues and a lower cost of wine. (iv) In Colombia, where we have a joint venture with Postobón, volumes were slightly positive, due to a strong recovery in May and June, the latter showing double-digit growth, which more than offset the deep contraction in April due to the lockdowns. This performance allowed us to gain market share, reflecting a consolidated brand portfolio and a strong distribution network.

CLOSING REMARKS: In the second quarter of 2020, CCU's performance was deeply affected by the restrictions to control the Covid-19 pandemic, which sharply impacted consumer occasions across all our geographies. In this context we continued focusing on people, operation continuity, and financial health. In addition, the highlights of the quarter were the strengthening of our market position, despite volume drop, due to continuous improvement in brand equity and sales execution; the margins deterioration, mainly associated with negative external effects; and the control of our expenses. Looking ahead we will continue putting our efforts in recovering profitable growth through revenue management initiatives, efficiencies and strong brands.

³ The CLP currency variation against the USD considers average of period (aop) compared to aop.

⁴ The ARS currency variation against the CLP or the USD considers 2020 end of period (eop) compared to 2019 eop.

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT HIGHLIGHTS – SECOND QUARTER (Exhibit 1 & 3)

- **Net sales** decreased 15.6%, explained by a 12.0% drop in consolidated volumes and by 4.1% lower average prices in CLP. The contraction in volumes was driven by a decline of 13.4% and 12.0% in the Chile and the International Business Operating segments, respectively, while the Wine Operating segment increased 6.5%, explained by the Chilean and Argentine domestic markets, associated with the brands acquired in Argentina in 2019, partially offset by a decrease in exports. The negative consolidated volume growth reflected the impact of the restrictions to control the pandemic across the region and its deep impact on consumer occasions. The lower average prices in CLP were explained by a 25.6% fall in the International Business Operating segment, due to the absence of price increases in Argentina, partially compensated by a 1.2% growth in the Wine Operating segment, as a consequence of a stronger USD on export revenues, and a 0.7% rise in the Chile Operating segment.
- **Cost of sales** was down 7.9%, explained by the 12.0% contraction in volumes partially offset by a 4.7% rise in the Cost of sales per hectoliter. The Chile Operating segment reported an 11.7% growth in Cost of sales per hectoliter, driven by the increase in USD-linked costs from the 20.4%³ devaluation of the CLP against the USD, partially offset with lower costs in raw materials, especially PET and aluminum. In the International Business Operating segment, the Cost of sales per hectoliter in CLP decreased 12.4%, due to a currency translation effect, given that in local currency Cost of sales per hectoliter increased as result of higher USD-linked costs, largely explained by the 65.1%⁴ devaluation of the ARS against the USD, and the impact of inflation, partially compensated with lower costs in raw materials. In the Wine Operating segment, the Cost of sales per hectoliter decreased 4.2%, impacted by a lower cost of wine that more than offset the effect of the depreciation of the CLP against the USD on our packaging materials linked to this currency.
- **Gross profit** reached CLP 134,567 million, a 24.3% decline, resulting in a 484 bps drop in our Gross margin, from 47.1% to 42.3%, as a consequence of the effects described above.
- **MSD&A** expenses fell 7.9%, due to the reduction in marketing and distribution expenses. In the Chile Operating segment, MSD&A expenses contracted 5.2%. In the International Business Operating segment MSD&A expenses were down 18.3% and In the Wine Operating segment, MSD&A expenses grew 9.1%.
- **EBIT** reached a loss of CLP 7,457 million, a contraction of CLP 32,188 million. The weaker financial result was mainly explained by: (i) a 12.0% contraction in consolidated volumes, (ii) negative external effects from the devaluation of the CLP and ARS against the USD, affecting our USD-denominated costs and the translation of our results, partially compensated by wine export revenues, and (iii) lower average prices in CLP, mainly reflecting the absence of price increases in Argentina, not allowing us to offset the impact in costs of the high inflation and devaluation in this country. These effects were partially compensated by the decrease of 7.9% in MD&A expenses, mainly due to lower distribution and marketing expenses.
- **EBITDA** was down 62.1%, or CLP 32,225 million, reaching CLP 19,654 million, explained by a fall of CLP 21,492 million in the Chile Operating segment, and a CLP 12,448 million drop in the International Business Operating segment, partially offset by an increase of CLP 2,615 million in the Wine Operating segment. EBITDA margin dropped 757 bps, from 13.7% to 6.2%.
- **Non-operating result** totaled a loss of CLP 240 million, a decrease of 96.7% when compared to a loss of CLP 7,271 million last year, primarily due to: (i) a higher gain in Foreign currency exchange differences by CLP 9,329 million, (ii) a better result of CLP 4,287 million in Results as per adjustment units, mostly explained by a lower UF variation during 2Q20 compared with 2Q19 and its impact on UF-linked liabilities, and (iii) a better result in Equity and income of JVs and associated by CLP 4,261 million, mainly caused by a higher financial result in Colombia. These effects were partially offset by: (i) higher Net financial expenses by CLP 5,420 million, mainly due to higher Cash and cash equivalents held last year for tax expenses and dividend payments related to the 2018 ABI Transaction⁵, and a higher financial debt, (ii) lower result in other gains/(losses) by CLP 5,427 million, mostly explained by losses on forward contracts entered into to mitigate the impact of foreign exchange rate fluctuations on our foreign currency denominated assets.
- **Income taxes** reached a gain of CLP 4,058 million, mostly explained by a negative taxable income in 2020.
- **Net income** reached a loss of CLP 3,257 million, a contraction of CLP 21,297 million, mostly explained by the reasons described above and by a positive non-recurrent effect of CLP 6,731 million from a tax asset revaluation in 2019 in Argentina.

⁵ For further information about the Transaction see the Note 1- letter C, of our Consolidated Financial Statements as of December 31st 2019.

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT HIGHLIGHTS – FIRST HALF (Exhibit 2 & 4)

- **Net sales** decreased 2.9%, explained by a 1.3% drop in consolidated volumes and by 1.6% lower average prices in CLP. Volume contraction was driven by a 5.9% fall in the International Business Operating segment, while the Chile and Wine Operating segments recorded an increment of 0.4% and 4.8%, respectively. The negative consolidated volume growth was explained by the restrictions to control the Covid-19 pandemic in the region, which sharply impacted consumer occasions during the second quarter. The lower average prices in CLP were explained by a 7.9% drop in the International Business Operating segment, mostly due to the absence of price increases in Argentina, and by a 1.0% decrease on average prices in the Chile Operating segment, as a result of promotional activities in the first quarter. These effects were partially offset by a 4.1% growth in the Wine Operating segment, as a consequence of a stronger USD on export revenues.
- **Cost of sales** was up 2.4% explained by the 3.8% increment in Cost of sales per hectoliter, partially compensated by the 1.3% contraction in volumes. The Chile Operating segment reported a 6.9% growth in Cost of sales per hectoliter, driven by the increase in USD-linked costs from the 20.3%³ devaluation of the CLP against the USD, partially offset with lower costs in raw materials, especially aluminum and PET, and efficiencies in manufacturing. In the International Business Operating segment, the Cost of sales per hectoliter in CLP increased 0.8%, mostly as a result of higher USD-linked costs, largely explained by the 65.1%⁴ devaluation of the ARS against the USD, and the impact of inflation, partially compensated with lower costs in raw materials and efficiencies. In the Wine Operating segment, the Cost of sales per hectoliter decreased 6.0%, impacted by a lower cost of wine that more than offset the effect of the depreciation of the CLP against the USD on our packaging materials linked to this currency.
- **Gross profit** reached CLP 388,361 million, an 8.2% drop, resulting in a 273 bps contraction in our Gross margin, from 49.5% to 46.8%, as a consequence of the effects described above.
- **MSD&A** expenses grew by 2.6%, and as a percentage of Net sales increased by 218 bps. In the Chile Operating segment, MSD&A increased 3.0% and as a percentage of Net sales rose 132 bps. In the International Business Operating segment, MSD&A decreased 3.4% in CLP and as a percentage of Net sales deteriorated by 552 bps, mostly associated with the high level of inflation in Argentina, not compensated with price increases. In the Wine Operating segment, MSD&A grew 15.3% and as a percentage of Net sales rose 154 bps, mainly explained by higher marketing expenses due to marketing export expenses, mostly denominated in USD and Euros.
- **EBIT** reached CLP 54,981 million, a contraction of 45.4%. The weaker financial result was mainly explained by: (i) strong negative external effects from the devaluation of the CLP and ARS against the USD, affecting our USD-denominated costs and the translation of our results, partially compensated by wine export revenues, (ii) a 1.3% decrease in consolidated volumes, and (iii) lower average prices in CLP, mainly reflecting the absence of price increases in Argentina, not allowing us to offset the impact in costs of the high inflation and devaluation in this country.
- **EBITDA** was down 27.5%, reaching CLP 110,384 million, explained by a 21.0% contraction in the Chile Operating segment and a drop of CLP 19,955 million in the International Business Operating segment, partially compensated by a 55.6% expansion in the Wine Operating segment. Consequently, EBITDA margin dropped 452 bps, from 17.8% to 13.3%.
- **Non-operating result** totaled a loss of CLP 6,424 million, a decrease of 47.3% when compared to a loss of CLP 12,190 million last year, primarily due to: (i) a better result in Foreign currency exchange differences by CLP 5,080 million, (ii) a lower loss in Equity and income of JVs and associated by CLP 5,015 million, mainly caused by a higher financial result in Colombia, (iii) a lower loss of CLP 2,916 million in Results as per adjustment units, mostly explained by a lower UF variation during the first half of 2020 compared with 2019 and its impact on UF-linked liabilities, and (iv) a higher result in other gains/(losses) by CLP 2,838 million, explained by a better result on forward contracts entered into to mitigate the impact of foreign exchange rate fluctuations on our foreign currency denominated assets. These effects were partially offset by higher Net financial expenses by CLP 10,083 million, mainly due to higher Cash and cash equivalents held last year for tax expenses and dividend payments related to the 2018 ABI Transaction⁵ and higher debt.
- **Income taxes** reached CLP 16,280 million, expanding 8.9% from last year, mostly explained by higher taxes resulting from our foreign currency denominated assets as a consequence of the appreciation of the USD against the CLP during the first half of the year and a positive non-recurrent effect of CLP 6,731 million from a tax asset revaluation in 2019 in Argentina, partially compensated by a lower taxable income.
- **Net income** reached CLP 28,978 million, a contraction of 56.5%.

HIGHLIGHTS OPERATING SEGMENTS SECOND QUARTER

CHILE OPERATING SEGMENT

In the Chile Operating segment, volumes dropped 13.4%, while average prices rose by 0.7%. EBITDA reached CLP 24,537 million, contracting 46.7%, and EBITDA margin deteriorated from 19.6% to 12.0%. This performance was largely associated with lockdown measures, which deeply impacted high margin consumer occasions, mainly through the closure of the on premise channel and the sharp contraction of the single serve consumption, the latter especially in water, juices and sports drinks. During the quarter our e-commerce platform, "La Barra", increased its sales close to six times, helping us, although in a lower scale, to offset the drop in volumes and improve our mix.

During the Covid-19 sanitary emergency, CCU has reinforced its commitment to society by developing initiatives which reflect the essence of its business. Thus, in addition to the production and donation to the Ministry of Health of over fifty thousand liters of hand sanitizer, using as raw material the alcohol generated from the dealcoholization process of our non-alcoholic beers Cristal Cero and Heineken 0.0., and over sixty thousand liters of disinfectant alcohol, using alcohol obtained from the distillation process from our subsidiary Compañía Píscuera de Chile, through the initiative "Almacén Seguro" we produced and distributed more than sixty thousand face shields, made by our subsidiary Plasco using PET pre-forms for our clients protection. Also, CCU and its JV Central Cervecería de Colombia, made available a charter flight to the Chilean and Colombian Foreign Affairs ministries in order to allow that more than two hundred people to be reunited with their families in the middle of the health emergency, in line with the concept "Juntémonos" of our beer brand Cristal and "Colombia en una Cerveza" of our beer brand Andina. In addition, we launched the campaign "Yo Invito" to support bars and restaurants, donated products to support community organizations and provided additional financial and consulting support to our clients through CRECCU.

In terms of brands, we launched Pure Life Alkaline, a still water with more minerals to achieve a higher ph level, and a new edition of Mistral Selección de Barricas, a limited edition premium pisco aged in oak. Also during the quarter, we adapted our marketing strategy to be close to our consumers even in the current context. Thus, we strengthened our digital channels by developing initiatives such as on-line football tournaments with our beer brand Cristal, live concerts with our beer brand Escudo, and the relaunch of the Pepsi Channel which includes music and contests.



INTERNATIONAL BUSINESS OPERATING SEGMENT

The International Business Operating segment, which includes Argentina, Bolivia, Paraguay and Uruguay, reported a 12.0% decline in volumes and a 25.6% decrease on average prices in CLP. EBITDA registered a loss of CLP 11,831 million. The drop in volumes was across all the geographies, and it was deeper in countries with stricter restrictions due to the pandemic. The lower average price in CLP was mainly explained by the absence of price increases in Argentina.

Regarding initiatives related to the Covid-19 pandemic, in Colombia, through our brand Andina, we participated in the Sunrise Project, a digital platform which allows donations and pre-purchases to over 1,600 bars and restaurants, we produced and donated five thousand facial shields to the Ministry of Health and to our clients in Uruguay, and fifty thousand units of hand-sanitizer in Argentina, in collaboration with other companies. Also in Argentina, under the campaigns #AquíEstamos and #AhíEstaremos, which committed the donation of beer to bars and restaurants, we donated 100 thousand glasses of the beer brand Salta and 175 thousand glasses of the beer brand Santa Fe.

In terms of brands, in Uruguay, we launched Imperial Cream Stout, a dark beer especially for the winter season. Also, we strengthened our digital channels developing virtual interaction with our clients in Argentina and Bolivia through our main brands. Finally, in Paraguay we recently started the operation of a new distribution center with more capacity and space for our products and workers.



WINE OPERATING SEGMENT

The Wine Operating segment posted a 6.5% rise in volumes and a 1.2% growth in average prices. EBITDA reached CLP 10,384 million, an expansion of 33.7%, and EBITDA margin improved from 14.3% to 17.8%. The higher result was driven by a good performance in volumes in the Chilean and Argentine domestic markets, associated with the brands acquired in Argentina in 2019, a stronger USD on export revenues and a lower cost of wine.

During the quarter, in addition to contributing to the sanitation of the streets of several locations in Chile, VSPT made available PCR laboratory equipment to the Ministry of Health of Chile in order to strengthen the detection capabilities of Covid-19. In terms of international recognition VSPT obtained the "For Life" certification, an accreditation that evaluates the foundations of a sustainable and socially responsible company, ensuring excellence in meeting the demands of the society to corporations. Regarding brands, the marketing campaign "Gato Negro 9Lives" was the winner in the branded content category, in the international competition NYX Videos Awards.

ADDITIONAL INFORMATION AND EXHIBITS

ABOUT CCU

CCU is a multi-category beverage company with operations in Chile, Argentina, Bolivia, Colombia, Paraguay and Uruguay. CCU is one of the largest players in each one of the beverage categories in which it participates in Chile, including beer, soft drinks, mineral and bottled water, nectar, wine and pisco, among others. CCU is the second-largest brewer in Argentina and also participates in the cider, spirits and wine industries. In Uruguay and Paraguay, the Company is present in the beer, mineral and bottled water, soft drinks and nectar categories. In Bolivia, CCU participates in the beer, water, soft drinks and malt beverage categories. In Colombia, the Company participates in the beer and in the malt industry. The Company's principal licensing, distribution and / or joint venture agreements include 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) and Coors Brewing Company.

CORPORATE HEADQUARTERS

Vitacura 2670, 26th floor
Santiago
Chile

STOCK TICKER

Bolsa de Comercio de Santiago: CCU
NYSE: CCU

CAUTIONARY STATEMENT

Statements made in this press release that relate to CCU's future performance or financial results are forward-looking statements, which involve known and unknown risks and uncertainties that could cause actual performance or results to materially differ. We undertake no obligation to update any of these statements. Persons reading this press release are cautioned not to place undue reliance on these forward-looking statements. These statements should be taken in conjunction with the additional information about risk and uncertainties set forth in CCU's annual report on Form 20-F filed with the US Securities and Exchange Commission and in the annual report submitted to the CMF (Chilean Market Regulator) and available on our web page.

GLOSSARY

Operating segments

The Operating segments are defined with respect to its revenues in the geographic areas of commercial activity:

- **Chile:** This segment commercializes Beer, Non Alcoholic Beverages and Spirits in the Chilean market, and also includes the results of Transportes CCU Limitada, Comercial CCU S.A., Creccu S.A. and Fábrica de Envases Plásticos S.A.
- **International Business:** This segment commercializes Beer, Cider, Non-Alcoholic Beverages and Spirits in Argentina, Uruguay, Paraguay and Bolivia.
- **Wine:** This segment commercializes Wine, mainly in the export market reaching over 80 countries, as well as the Chilean and Argentine domestic market.
- **Other/Eliminations:** Considers the non-allocated corporate overhead expenses and eliminations of transactions and volumes between segments.

PRESS RELEASE



ARS

Argentine peso.

CLP

Chilean peso.

Cost of sales

Formerly referred to as Cost of Goods Sold (COGS), includes direct costs and manufacturing costs.

Earnings per Share (EPS)

Net profit divided by the weighted average number of shares during the year.

EBIT

Earnings Before Interest and Taxes. For management purposes, EBIT is defined as Net income before other gains (losses), net financial expenses, equity and income of joint ventures, foreign currency exchange differences, results as per adjustment units and income taxes. EBIT is equivalent to Adjusted Operating Result used in the 20-F Form.

EBITDA

EBITDA represents EBIT plus depreciation and amortization. EBITDA is not an accounting measure under IFRS. When analyzing the operating performance, investors should use EBITDA in addition to, not as an alternative for Net income, as this item is defined by IFRS. Investors should also note that CCU's presentation of EBITDA may not be comparable to similarly titled indicators used by other companies. EBITDA is equivalent to ORBDA (Adjusted Operating Result Before Depreciation and Amortization), used in the 20-F Form.

Exceptional Items (EI)

Formerly referred to as Non-recurring items (NRI), Exceptional Items are either income or expenses which do not occur regularly as part of the normal activities of the Company. They are presented separately because they are important for the understanding of the underlying sustainable performance of the Company due to their size or nature.

Gross profit

Gross profit represents the difference between Net sales and Cost of sales.

Gross margin

Gross profit as a percentage of Net sales.

Liquidity ratio

Total current assets / Total current liabilities

Marketing, Sales, Distribution and Administrative expenses (MSD&A)

MSD&A includes marketing, sales, distribution and administrative expenses.

Net Financial Debt

Total Financial Debt minus Cash & Cash Equivalents.

Net Financial Debt / EBITDA

The ratio is based on a twelve month rolling calculation for EBITDA.

Net income

Net income attributable to the equity holders of the parent.

UF

The UF is a monetary unit indexed to the Consumer Price Index variation in Chile.

USD

United States Dollar.

Exhibit 1: Consolidated Income Statement (Second Quarter 2020)

Second Quarter	2020	2019	Total
	(CLP million)		Change %
Net sales	318,376	377,362	(15.6)
Cost of sales	(183,809)	(199,607)	(7.9)
% of Net sales	57.7	52.9	
Gross profit	134,567	177,755	(24.3)
MSD&A	(145,673)	(158,216)	(7.9)
% of Net sales	45.8	41.9	
Other operating income/(expenses)	3,649	5,192	(29.7)
EBIT	(7,457)	24,731	(130.2)
EBIT margin %	(2.3)	6.6	
Net financial expenses	(6,678)	(1,258)	430.8
Equity and income of JVs and associated	(2,482)	(6,743)	(63.2)
Foreign currency exchange differences	10,245	916	1,018.9
Results as per adjustment units	613	(3,674)	(116.7)
Other gains/(losses)	(1,939)	3,488	(155.6)
Non-operating result	(240)	(7,271)	(96.7)
Income/(loss) before taxes	(7,698)	17,460	(144.1)
Income taxes	4,058	3,622	12.0
Net income for the period	(3,639)	21,082	(117.3)

Net income attributable to:

The equity holders of the parent	(3,257)	18,040	(118.1)
Non-controlling interest	383	(3,042)	(112.6)

EBITDA	19,654	51,879	(62.1)
EBITDA margin %	6.2	13.7	

OTHER INFORMATION

Number of shares	369,502,872	369,502,872	
Shares per ADR	2	2	
Earnings per share (CLP)	(8.8)	48.8	(118.1)
Earnings per ADR (CLP)	(17.6)	97.6	(118.1)
Depreciation	27,111	27,148	(0.1)
Capital Expenditures	29,520	35,629	(17.1)

Exhibit 2: Consolidated Income Statement (Six months ended on June 30, 2020)

YTD as of June	2020	2019	Total
	(CLP million)		Change %
Net sales	829,609	854,220	(2.9)
Cost of sales	(441,248)	(430,990)	2.4
% of Net sales	53.2	50.5	
Gross profit	388,361	423,230	(8.2)
MSD&A	(341,214)	(332,673)	2.6
% of Net sales	41.1	38.9	
Other operating income/(expenses)	7,835	10,068	(22.2)
EBIT	54,981	100,624	(45.4)
EBIT margin %	6.6	11.8	
Net financial expenses	(11,336)	(1,253)	804.9
Equity and income of JVs and associated	(5,307)	(10,322)	(48.6)
Foreign currency exchange differences	6,355	1,276	398.3
Results as per adjustment units	(1,586)	(4,502)	(64.8)
Other gains/(losses)	5,449	2,611	108.7
Non-operating result	(6,424)	(12,190)	(47.3)
Income/(loss) before taxes	48,557	88,434	(45.1)
Income taxes	(16,280)	(14,944)	8.9
Net income for the period	32,277	73,490	(56.1)

Net income attributable to:

The equity holders of the parent	28,978	66,556	(56.5)
Non-controlling interest	(3,299)	(6,934)	(52.4)

EBITDA	110,384	152,307	(27.5)
EBITDA margin %	13.3	17.8	

OTHER INFORMATION

Number of shares	369,502,872	369,502,872	
Shares per ADR	2	2	
Earnings per share (CLP)	78.4	180.1	(56.5)
Earnings per ADR (CLP)	156.8	360.2	(56.5)
Depreciation	55,402	51,682	7.2
Capital Expenditures	67,302	61,896	8.7

Exhibit 3: Segment Information (Second Quarter 2020)

YTD as of June (In THL or CLP million unless stated otherwise)	1. Chile Operating segment			2. International Business Operating segment			3. Wine Operating segment		
	2020	2019	YoY %	2020	2019	YoY %	2020	2019	YoY %
Volumes	3,390	3,917	(13.4)	1,433	1,629	(12.0)	385	362	6.5
Net sales	205,118	235,434	(12.9)	60,638	92,608	(34.5)	58,365	54,191	7.7
Net sales (CLP/HL)	60,500	60,103	0.7	42,329	56,859	(25.6)	151,621	149,863	1.2
Cost of sales	(110,531)	(114,305)	(3.3)	(40,816)	(52,954)	(22.9)	(35,314)	(34,620)	2.0
% of Net sales	53.9	48.6		67.3	57.2		60.5	63.9	
Gross profit	94,587	121,129	(21.9)	19,822	39,655	(50.0)	23,051	19,571	17.8
% of Net sales	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
% of Net sales	42.4	39.0		69.0	55.3		26.8	26.4	
Other operating income/(expenses)	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
EBIT margin	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
EBITDA margin	12.0	19.6		(19.5)	0.7		17.8	14.3	

Second Quarter (In THL or CLP million unless stated otherwise)	4. Other/eliminations			Total		
	2020	2019	YoY %	2020	2019	YoY %
Volumes	(27)	(18)		5,181	5,889	(12.0)
Net sales	(5,745)	(4,871)	17.9	318,376	377,362	(15.6)
Net sales (CLP/HL)				61,454	64,076	(4.1)
Cost of sales	2,851	2,272	25.5	(183,809)	(199,607)	(7.9)
% of Net sales				57.7	52.9	
Gross profit	(2,894)	(2,600)	11.3	134,567	177,755	(24.3)
% of Net sales				42.3	47.1	
MSD&A	(1,174)	(896)	31.0	(145,673)	(158,216)	(7.9)
% of Net sales				45.8	41.9	
Other operating income/(expenses)	34	89		3,649	5,192	
EBIT	(4,035)	(3,407)	18.4	(7,457)	24,731	(130.2)
EBIT margin				2.3	6.6	
EBITDA	(3,435)	(2,535)	35.5	19,654	51,879	(62.1)
EBITDA margin				6.2	13.7	

Exhibit 4: Segment Information (Six months ended on June 30, 2020)

YTD as of June (In ThH or CLP million unless stated otherwise)	1. Chile Operating segment			2. International Business Operating segment			3. Wine Operating segment		
	2020	2019	YoY %	2020	2019	YoY %	2020	2019	YoY %
Volumes	9,388	9,350	0.4	3,774	4,012	(5.9)	687	656	4.8
Net sales	546,487	549,580	(0.6)	185,180	213,757	(13.4)	107,877	98,871	9.1
Net sales (CLP/HL)	58,214	58,776	(1.0)	49,070	53,285	(7.9)	156,998	150,758	4.1
Cost of sales	(273,758)	(255,093)	7.3	(109,292)	(115,250)	(5.2)	(63,085)	(64,056)	(1.5)
% of Net sales	50.1	46.4		59.0	53.9		58.5	64.8	
Gross profit	272,729	294,488	(7.4)	75,888	98,507	(23.0)	44,792	34,816	28.7
% of Net sales	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
% of Net sales	38.2	36.8		53.6	48.1		28.6	27.1	
Other operating income/(expenses)	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
EBIT margin	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
EBITDA margin	18.0	22.6		1.0	8.4		18.6	13.0	

YTD as of June (In ThH or CLP million unless stated otherwise)	4. Other/eliminations			Total		
	2020	2019	YoY %	2020	2019	YoY %
Volumes	(37)	(20)		13,811	13,998	(1.3)
Net sales	(9,935)	(7,989)	24.4	829,609	854,220	(2.9)
Net sales (CLP/HL)				60,068	61,026	(1.6)
Cost of sales	4,887	3,408	43.4	(441,248)	(430,990)	2.4
% of Net sales				53.2	50.5	
Gross profit	(5,048)	(4,580)	10.2	388,361	423,230	(8.2)
% of Net sales				46.8	49.5	
MSD&A	(2,425)	(561)	332.3	(341,214)	(332,673)	2.6
% of Net sales				41.1	38.9	
Other operating income/(expenses)	85	518		7,835	10,068	
EBIT	(7,388)	(4,624)	59.8	54,981	100,624	(45.4)
EBIT margin				6.6	11.8	
EBITDA	(6,111)	(3,072)	98.9	110,384	152,307	(27.5)
EBITDA margin				13.3	17.8	

Exhibit 5: Balance Sheet

	June 30	December 31
	2020	2019
	(CLP million)	
ASSETS		
Cash and cash equivalents	260,687	196,369
Other current assets	565,027	592,913
Total current assets	825,715	789,282
PP&E (net)	1,102,880	1,071,730
Other non current assets	506,720	492,679
Total non current assets	1,609,600	1,564,409
Total assets	2,435,315	2,353,691
LIABILITIES		
Short term financial debt	101,371	68,386
Other liabilities	287,803	414,896
Total current liabilities	389,173	483,282
Long term financial debt	445,572	261,769
Other liabilities	168,024	165,712
Total non current liabilities	613,597	427,481
Total Liabilities	1,002,770	910,763
EQUITY		
Paid-in capital	562,693	562,693
Other reserves	(131,400)	(137,503)
Retained earnings	888,218	902,863
Total equity attributable to equity holders of the parent	1,319,512	1,328,054
Non - controlling interest	113,033	114,873
Total equity	1,432,545	1,442,927
Total equity and liabilities	2,435,315	2,353,691
OTHER FINANCIAL INFORMATION		
Total Financial Debt	546,943	330,155
Net Financial Debt	286,256	133,786
Liquidity ratio	2.12	1.63
Total Financial Debt / Capitalization	0.28	0.19
Net Financial Debt / EBITDA	0.97	0.40



Para mayor información contactar:

Relación con Inversionistas
Claudio Las Heras
Carolina Burgos
investor@ccuinvestor.com

Media
Marisol Bravo +562 2427 3236
María José Rivas +562 2427 3445
www.ccu.cl / www.ccuinvestor.com

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 alcohólicos 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 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 Vinos, 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.

REPORTE DE RESULTADOS



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.

REPORTE DE RESULTADOS



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)

REPORTE DE RESULTADOS



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

REPORTE DE RESULTADOS

Tabla 3: Información por segmentos (Segundo trimestre 2020)

Segundo Trimestre (En M\$U 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 %
Volumenes	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 M\$U o millones de CLP a menos que se indique de otra manera)	4. Otros/Eliminaciones			Total		
	2020	2019	A/A %	2020	2019	A/A %
Volumenes	(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	(2.894)	(2.600)	11,3	57,7	52,9	
Margen bruto				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	

REPORTE DE RESULTADOS



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

Acumulado (En M\$U 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 %
Volumenes	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 M\$U o millones de CLP a menos que se indique de otra manera)	4. Otros/Eliminaciones			Total		
	2020	2019	A/A %	2020	2019	A/A %
Volumenes	(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	

REPORTE DE RESULTADOS



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
INFORMACIÓN FINANCIERA ADICIONAL		
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