



alimentos y bebidas

CCU



Planta de Cerveza en Temuco

CCU es el principal productor y comercializador de cerveza en Chile, con una participación de mercado de aproximadamente 89%. Tiene una trayectoria de más de 150 años, a lo largo de la cual ha ido incorporando otros negocios relacionados con el rubro de los bebestibles, como son la distribución y embotellado de bebidas analcohólicas, agua mineral y néctares, la producción y distribución de pisco y la producción, distribución y exportación de vino.

La producción y venta de cerveza en Chile se desarrolla directamente a través de su filial Cervecería CCU Chile, la que cuenta con una amplia gama de productos como Cristal, Morenita, Royal Guard, Royal Light, Escudo, Austral, Kunstmann, Lemon Stones, Orange Stones y otras. Asimismo, produce bajo licencia o importa marcas internacionales de prestigio, como Heineken, Budweiser, Paulaner y Guinness.

En el campo internacional, la compañía participa como uno de los principales productores y comercializadores de cerveza en Argentina, con las marcas Heineken, Budweiser, Schneider, Córdoba, Salta y Santa Fe. La producción de cervezas en ese país constituye un esfuerzo de largo plazo que está haciendo la compañía, el cual busca ampliar su base de operaciones y convertirse en un actor importante en el mercado cervecero argentino.

CCU produce bebidas analcohólicas, las que son distribuidas y embotelladas a través de su filial Embotelladoras Chilenas Unidas S.A. (ECUSA). Entre sus productos se encuentran aquellas marcas que operan bajo licencia, como Watt's, Orange Crush, Canada Dry Limón Soda, Canada Dry Ginger Ale, Canada Dry Agua Tónica, Gatorade, Pepsi y 7 UP, marcas propias como Bilz, Pap, Kem, Ken Xtreme y Show. En el segmento de bebidas gaseosas, las marcas de CCU representan una participación de mercado cercana al 23%. Además ECUSA produce las aguas minerales Cachantun y Porvenir que son líderes en ventas a nivel nacional, con un 62% de participación de mercado.

La producción y venta de vinos se desarrolla en Chile a través de la filial Viña San Pedro, de la cual depende también la viña Santa Helena. Estas viñas comercializan una amplia gama de productos, cuyas marcas le pertenecen. Entre ellas se encuentran Cabo de Hornos, 1865, Castillo de Molina, Las Encinas, 35 Sur, Urmeneta, Gato, Santa Helena y Etiqueta Dorada. En el año

2000 adquirió la filial Finca La Celia, en Mendoza, Argentina, la que produce y comercializa las marcas La Celia y La Consulta. Durante 2003 San Pedro, en un joint venture con Agrícola y Ganadera Río Negro, formó Viña Tabali.

San Pedro es la tercera viña en ventas nacionales, con un 17% de participación de mercado y la segunda en exportaciones, con presencia en alrededor de 70 países del mundo. Para llevar a cabo su desarrollo vitivinícola, la compañía cuenta con más de 2.900 hectáreas propias plantadas, tanto en Chile como en Argentina, las que abastecen aproximadamente un cuarto de sus necesidades anuales de vino, siendo el resto adquirido a terceros.

Uno de los acontecimientos más relevantes en el ejercicio fue el ingreso de Heineken N.V., la segunda cervecera del mundo, a Inversiones y Rentas, la sociedad que controla CCU. Producto de esta asociación, en junio de 2003 CCU comenzó a producir en Chile y Argentina la cerveza Heineken.

Adicionalmente, se acordó la venta de la coligada Cervecería Karlovacka Pivovara, de origen croata, a Heineken N.V., generando así un atractivo retorno sobre su inversión original.

Otro acontecimiento fue la creación de Pisonor,



filial de CCU dedicada a la producción, comercialización y distribución de pisco con la marca Ruta Norte. Con menos de un año de operaciones, Pisonor se transformó en el tercer productor de pisco a nivel nacional, con un 12% de participación de mercado en el segmento de los 35 grados, y un 8% a nivel general. Pisonor cuenta con una planta productora a 8 kilómetros de Vicuña, Cuarta Región, en la que elabora y envasa Ruta Norte.

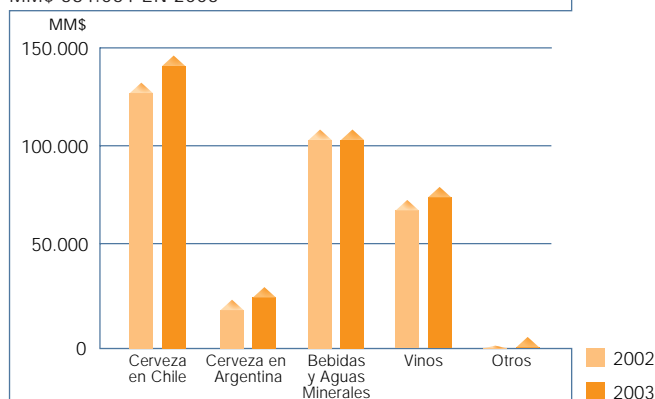
Además, a fines de 2003 y por el interés de desarrollar negocios complementarios a los ya existentes, ECUSA, filial de CCU, en un joint venture con Lucchetti, adquirió el 50% de Calaf, productor de confites y galletas, con la cual entra al mercado de productos listos para su consumo, utilizando su extensa red de distribución de más de 90.000 clientes.

Resultados 2003

Las ventas consolidadas de CCU aumentaron en un 9,9% a \$384.064 millones, principalmente atribuible a un incremento de un 9,0% en los volúmenes vendidos. Con excepción de los vinos domésticos, todos los segmentos de CCU aumentaron sus volúmenes de ventas, destacándose cervezas en Chile y en Argentina. En términos generales, los volúmenes mostraron esta tendencia positiva debido a la reactivación de la economía en Chile y, en cierta medida, en Argentina, como también por la incorporación de nuevos productos en el portfolio de CCU. El precio promedio aumentó levemente sobre una base consolidada, como consecuencia de mayores precios de las cervezas tanto en Chile como en Argentina, la que compensó la baja del precio promedio del vino durante el año.

La utilidad operacional consolidada aumentó en un 20,2% a \$45.863 millones en 2003, debido principalmente al crecimiento en las ventas de

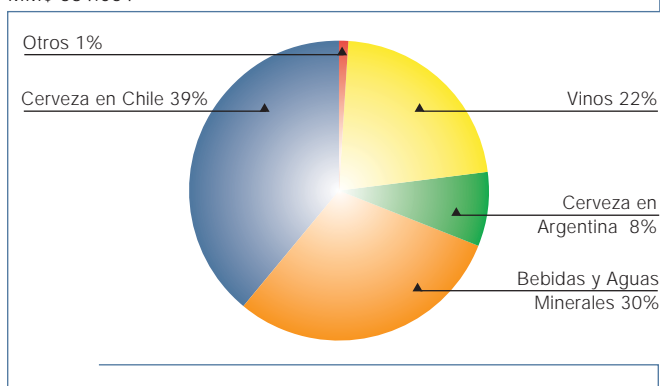
VENTAS COMPARATIVAS
MM\$ 384.064 EN 2003



cervezas en Chile en términos de volúmenes y precio promedio, como también a los menores costos de explotación y gastos de administración y ventas como porcentaje de las ventas. Además, los resultados operacionales de cervezas en Argentina mejoraron significativamente comparados con 2002, reduciendo su pérdida operacional en un 67,2% a \$3.665 millones en respuesta a un escenario económico más favorable. Estos aumentos fueron parcialmente compensados por una disminución en la utilidad operacional de vinos, que cayó de \$9.163

COMPOSICION DE VENTAS 2003

MM\$ 384.064



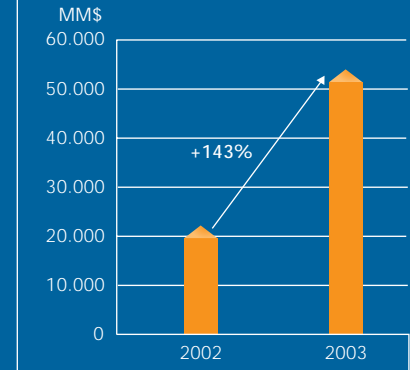
Compañía Cervecerías Unidas



Planta de vinificación de Viña San Pedro en Molina

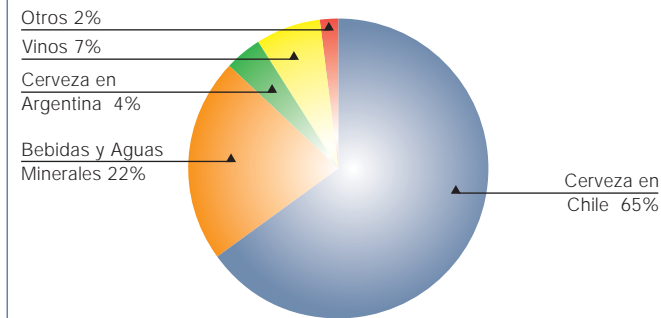
UTILIDAD NETA

MM\$ 54.088 EN 2003



COMPOSICION EBITDA 2003

MM\$ 86.414



millones a \$3.801 millones como resultado de una baja significativa en los precios de vinos de exportación y de un deterioro en el segmento de bebidas gaseosas y agua mineral, que se vio afectado por mayores costos de explotación.

CCU informó una utilidad no operacional de \$13.601 millones en 2003, comparado con una pérdida no operacional de \$7.131 millones en 2002. El mejor resultado no operacional se debió en gran medida a la utilidad extraordinaria de \$20.321 millones por la venta de la cervecera Karlovacka a principios de 2003.

La utilidad neta para el año ascendió a \$54.088 millones, un incremento de 142,7% comparado con 2002, producto del mencionado mejoramiento en los resultados operacionales y no operacionales.

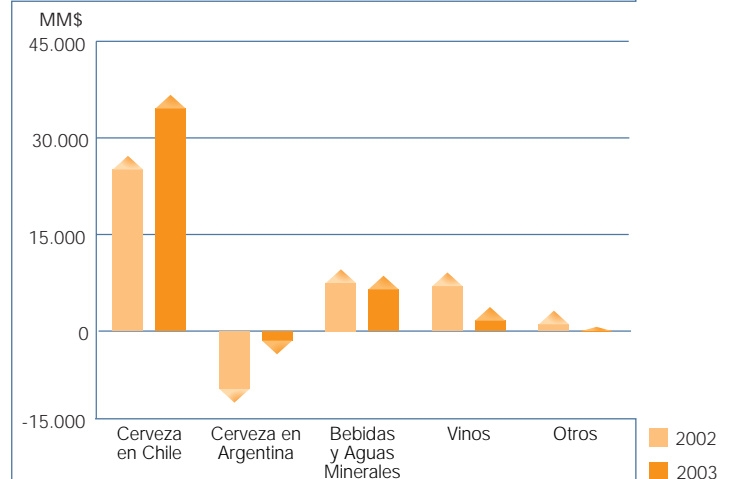
PARTICIPACION DE MERCADO	2003	2002
Cerveza en Chile	89%	88%
Cerveza en Argentina	14%	13%
Bebidas gaseosas	23%	23%
Aguas minerales	62%	63%
Néctares	52%	50%
Vino doméstico (VSP)	17%	17%
Vino exportación (VSP)	13%	13%

VOLUMEN VENDIDO (*)	2003	2002	VARIACION
Cerveza en Chile	3.710	3.502	+6%
Cerveza en Argentina	1.904	1.604	+19%
Bebidas gaseosas y aguas minerales	4.284	4.136	+4%
Vino doméstico (VSP)	503	512	-2%
Vino exportación (VSP)	704	455	+55%
Pisco	32	-	n/a

(*) Miles de hectolitros

RESULTADO OPERACIONAL COMPARATIVO

MM\$ 45.863 EN 2003





Lucchetti, empresa tradicional alimentaria, vinculada al grupo desde la década de 1960 y reconocida por sus deliciosas y nutritivas pastas, está viviendo un proceso de grandes cambios que terminarían en la venta de su principal negocio a principios de 2004.

Después de haber vendido sus operaciones en Argentina en 2001 y luego del cierre forzado de su planta en las afueras de Lima, Perú a principios de 2003, Lucchetti se concentró en sus operaciones en Chile. La empresa decidió reorientar su estrategia de desarrollo incorporándose al negocio alimentos listos para consumir. Financiada por un aumento de capital materializado a fines de 2003, Lucchetti, en conjunto con ECUSA, filial de CCU, formaron un joint venture tras la adquisición de Calaf, productor de confites y galletas. Con la unión de estas dos empresas del grupo se espera aprovechar canales de distribución, sinergias y know-how para explorar esta oportunidad de negocios.

Sorpresivamente, a fines de año Lucchetti recibió una oferta para vender su negocio en Chile en \$60.000 millones. La venta incluye el negocio de pastas de reconocido prestigio, los aceites y su línea de sopas y cremas. Después de una exhaustiva evaluación, el Directorio de Lucchetti decidió aceptar la oferta, proceso que concluiría el primer semestre de 2004. Asumiendo que se concrete la venta del negocio en Chile, que compone aproximadamente el 85% de sus activos totales, Lucchetti se concentraría en su inversión en Calaf y quedaría a la espera de la resolución del arbitraje que está todavía pendiente referente a Lucchetti Perú en el CIADI en Washington.

Resultados 2003

Lucchetti informó ventas por \$59.115 millones para el año 2003, una disminución de un 30,2% en comparación a 2002. La disminución en las ventas se debe principalmente a la discontinuación de las actividades en Perú con posterioridad al cierre forzado de la planta a principios de 2003. Las ventas en Chile también se vieron afectadas por una fuerte disminución en el volumen de aceites comestibles vendidos a medida que el mercado nacional se vio inundado de importaciones de aceites envasados desde Argentina. Sin embargo, las ventas de pastas y sopas en Chile aumentaron aunque no compensó la disminución en las ventas de aceites comestibles.

La utilidad operacional alcanzó a \$2.894 millones, un aumento de un 7%. En 2002 las operaciones peruanas generaron pérdidas operacionales por \$903 millones. La ausencia de estas pérdidas durante 2003 explica en parte la variación positiva de los resultados operacionales, no obstante la disminución en las utilidades operacionales generada por las operaciones chilenas de \$714 millones producto de la caída en las ventas de aceites comestibles compensó parcialmente este efecto.

Las pérdidas no operacionales alcanzaron a \$6.733 millones en comparación a las pérdidas operacionales de \$40.119 millones en 2002 que incluyeron la provisión del 100% del valor contable de la inversión en Perú de \$30.110 millones. A pesar del mejoramiento a nivel operacional y no operacional, Lucchetti informó una pérdida neta de \$2.136 millones para el año 2003.