

Expansión de productos



Compañía Cervecerías Unidas (CCU), una empresa chilena líder en la fabricación de cervezas, bebidas, aguas minerales, néctares, vinos, pisco y confites, cuyos principales ingresos provienen de la producción y comercialización de cerveza, siendo el mayor fabricante a nivel nacional, con una participación de mercado de alrededor de 90%.

Sus marcas Cristal, Royal Guard, Morenita, Escudo, Kunstmann, Lemon Stones, entre otras, se distribuyen a lo largo del país y gozan de las preferencias de millones de consumidores. La empresa también comercializa en Chile marcas internacionales de prestigio como Heineken, Budweiser y Paulaner.

En forma paralela, CCU, a través de su filial CCU Argentina, es la segunda mayor productora de cerveza en Argentina, con un 15% de participación de mercado. Produce y comercializa cerveza para abastecer el mercado de ese país y, a partir de 2000, exporta cerveza Budweiser a importantes mercados del Cono Sur. Entre sus marcas están las internacionales Heineken, Budweiser,

Corona y Guinness y las nacionales Santa Fe, Salta, Schneider y Córdoba.

Otra área de negocios de CCU es la producción y comercialización de bebidas gaseosas y el embotellado de agua mineral y néctares, negocio que realiza a través de su filial ECUSA. En el área de bebidas, la compañía comercializa marcas propias como Bilz, Pap, Kem y Kem Extreme, además de marcas licenciadas de Pepsi, 7up, Crush, Limón Soda, Ginger Ale, Agua Tónica y Gatorade. En este segmento la participación de mercado de las marcas CCU es cercana al 22%. En el mercado de las aguas minerales, CCU es líder a nivel nacional con las marcas Cachantun y Porvenir, las que en conjunto representan un 64% de las ventas totales del mercado.

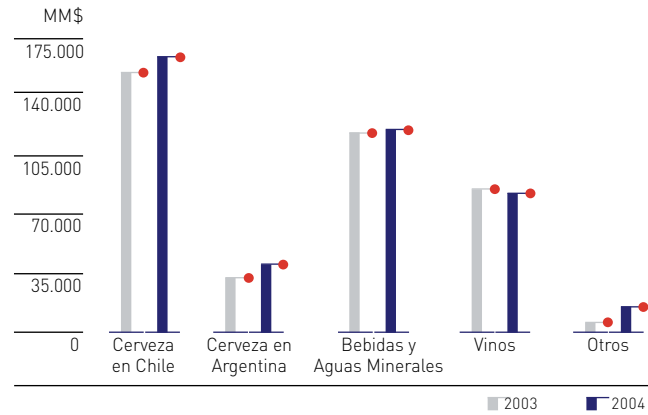
La producción y venta de vinos en Chile y en el exterior se desarrolla a través de la filial San Pedro. Esta viña, sus filiales y coligadas Santa Helena, Finca La Celia, Tabalí y Altair, comercializan una amplia gama de vinos para los mercados nacionales e internacionales.

Viña San Pedro es una de las tres principales viñas de Chile, con una participación de 17% en el mercado interno y la segunda mayor exportadora de vinos chilenos, con una participación de 15% a diciembre de 2004.

A pesar de su reciente entrada al mercado pisquero, la marca Ruta Norte ya ha logrado un importante posicionamiento que promete seguir impactando este mercado que constituye una de las 10 principales industrias de consumo masivo en Chile. Ruta Norte expandió su oferta de productos en 2004

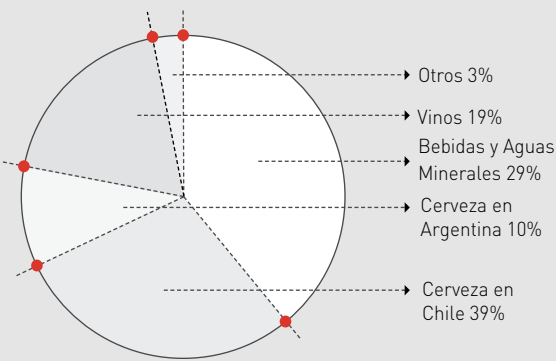
Ventas comparativas

MM\$420.638 en 2004



Composición de ventas 2004

MM\$420.638



con el lanzamiento de las marcas Ruta Sour y Ruta Sour Light, productos listos para su consumo, que han contribuido a su actual posicionamiento como la tercera pisquera del país con un 18% de participación.

A todo lo anterior se suma el ingreso de CCU, en enero de 2004, al segmento de alimentos listos para su consumo tras adquirir el 50% de Calaf, tradicional productor de confites y galletas. Este rubro complementa el negocio de bebestibles y CCU espera aprovechar las sinergias al utilizar su extensa red de distribución

Participación de mercado	2003	2004
Cerveza en Chile	89%	90%
Cerveza en Argentina	14%	15%
Bebidas gaseosas	23%	22%
Aguas minerales	64%	64%
Néctares	52%	52%
Vino doméstico (VSP)	17%	17%
Vino exportación (VSP) envasado	18%	15%

Plan punto máximo

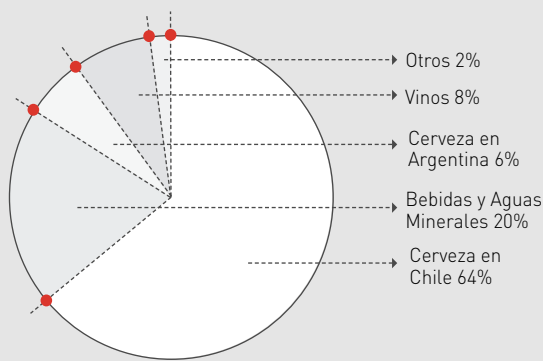
El plan Punto Máximo, puesto en marcha en julio de 2004, busca mejorar el servicio y el valor agregado en el punto de venta, aumentando así la satisfacción de clientes y consumidores. Este plan busca desarrollar una máxima segmentación, a fin de conocer mejor a sus clientes y así ha permitido orientar las acciones de la compañía hacia un máximo desempeño en todas sus áreas y entregar a cada uno de ellos lo que requiere en forma específica.

de más de 90.000 clientes para comercializar los productos de Calaf. Durante el ejercicio, Calaf se abocó a mejorar la calidad, tanto de las instalaciones productivas como de sus productos.

Resultados 2004

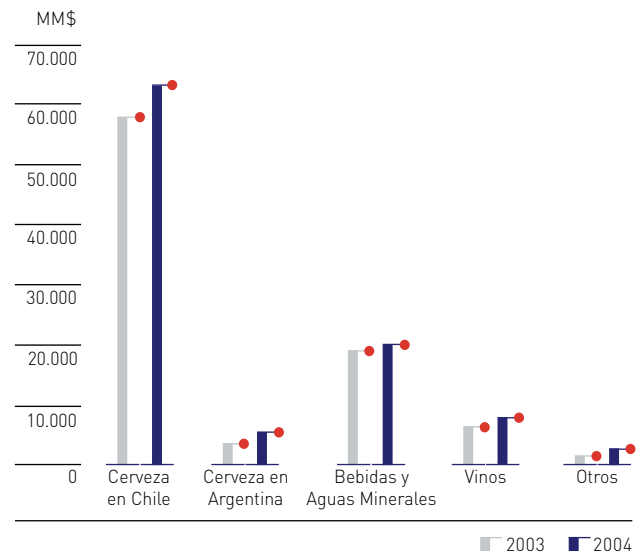
Los ingresos por ventas consolidadas de CCU aumentaron un 6,9% a \$420.638 millones, atribuibles a un incremento de un 4,2% en los volúmenes vendidos y a mayores precios promedio. En términos generales, los volúmenes se vieron influenciados por la reactivación económica en curso en Chile y, en cierta medida, en

Composición EBITDA 2004
MM\$98.555



EBITDA comparativo

MM\$98.555 en 2004



CCU informó una pérdida no operacional de \$6.178 millones en comparación a la utilidad no operacional de \$13.941 millones en 2003. La variación en los resultados no operacionales se explica principalmente por una utilidad no recurrente en 2003 de \$20.617 millones por la ganancia en la venta de su inversión en Karlovacka, productor cervecero Croata.

A pesar del notable mejoramiento en el desempeño operacional de CCU durante 2004, reflejado en el aumento de un 24,9% en su utilidad operacional, la utilidad neta del año cayó en un 18,1%, a \$45.394 millones, por la antes mencionada utilidad no recurrente resultante de la venta de la cervecera croata en 2003.

Argentina, además de los nuevos productos en la cartera de CCU, como el pisco Ruta Norte y los confites de Calaf.

La utilidad operacional creció un 24,9% a \$58.707 millones en 2004, debido a mejoramientos en el desempeño operacional de todos los segmentos de negocios de CCU. El crecimiento en los resultados operacionales asociado a los segmentos de cerveza en Chile y Argentina representó el 73,9% del aumento total de \$11.698 millones. Ambos segmentos se vieron beneficiados por incrementos en el volumen y precio de venta, así como por los menores costos de explotación relacionados con la caída del dólar. Además, un aumento del 19,3% y del 34,6% en la utilidad operacional de los segmentos de bebidas gaseosas y vino, respectivamente, también contribuyó al mayor nivel de utilidad operacional y fue principalmente atribuible a una disminución en los costos de explotación en dólares y menores gastos de administración y ventas como porcentaje de las ventas. El EBITDA alcanzó a \$98.555 millones, mostrando un incremento de un 11,3% comparado con 2003.

Volumen vendido (*)	2003	2004	Variación
Cerveza en Chile	3.718	3.807	+2%
Cerveza en Argentina	1.904	2.101	+10%
Bebidas gaseosas y aguas minerales	4.286	4.424	+3%
Vino doméstico (VSP)	505	503	-
Vino exportación (VSP)	453	448	-1%
Pisco	32	70	+119%

(*) Miles de hectolitros

