

PARA SU PUBLICACION INMEDIATA

Para mayor información contactar:

Marisol Fernández
Relaciones con Inversionistas
Teléfono: (56 2) 520-1380
Fax : (56 2) 520-1545
ir@madeco.cl
www.madeco.cl

MADECO S.A. ANUNCIA LOS RESULTADOS PARA EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2000

(Santiago, Chile, Mayo 10, 2000) Madeco S.A. (NYSE:MAD) anunció hoy sus resultados financieros consolidados en PCGA Chilenos para el primer trimestre del 2000. Todas las cifras son expresadas en pesos Chilenos al 31 de Marzo del 2000. La Gerencia de Madeco realizará una conferencia telefónica el Miércoles 11 de Mayo a las 11:00 a.m. para analizar los resultados de la Compañía.

DESTACADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DEL 2000

- Las ventas alcanzaron Ch\$65.344 millones, un aumento del 15% versus el mismo periodo en 1999
- El ingreso bruto fue Ch\$7.459 millones, disminuyendo un 31% versus el primer trimestre de 1999.
- La utilidad operacional alcanzó Ch\$657 millones, disminuyendo un 75% versus el primer trimestre de 1999.
- Las pérdidas no-operacionales alcanzaron Ch\$5.897 millones versus una pérdida de Ch\$13.162 millones en el primer trimestre de 1999.
- La pérdida neta alcanzó Ch\$4.970 millones, versus una pérdida neta de Ch\$10.299 millones en el mismo periodo un año atrás.

INFORMACION FINANCIERA CONSOLIDADA DEL PRIMER TRIMESTRE DEL 2000

Ventas

Las ventas de la Compañía en el primer trimestre del 2000 alcanzaron Ch\$65.344 millones, representando un aumento del 15% versus Ch\$56.978 millones registrados en el mismo periodo de 1999. Mientras las ventas fueron parejas en la unidad de Perfiles de Aluminio, la Compañía experimentó un crecimiento de dos dígitos en las ventas de sus otras tres unidades de negocios; Cables, Tubos y Planchas y Envases. En términos de contribución al total de ventas, cada uno de los cuatro negocios mantuvo su peso relativo, y la Unidad de Cables continuo contribuyendo más de la mitad del total de las ventas.

REVENUES	1Q 1999	% Total	1Q 2000	% Total	% Change
Wire and Cable	29,516	51.8%	33,476	51.2%	13.4%
Brass Mills	12,280	21.6%	15,603	23.9%	27.1%
Flexible Packaging	9,556	16.8%	10,639	16.3%	11.3%
Aluminum Profiles	5,625	9.9%	5,627	8.6%	0.0%
Total	56,978	100.0%	65,344	100.0%	14.7%

Las cifras son aproximadas

Utilidad bruta

La utilidad bruta total alcanzó Ch\$7.459 millones en el primer trimestre del 2000, una caída del 31% versus Ch\$10.852 millones generados durante el mismo periodo en 1999. Mientras las unidades, Tubos y Planchas y Envases, mejoraron sus respectivos resultados tanto en términos absolutos como en porcentaje de venta, las unidades Wire and Cable y Perfiles de Aluminio tuvieron un rendimiento pobre versus el mismo periodo del año pasado. Como resultado de estos cambios combinados, la contribución respectiva de cada una de las cuatro unidades durante el primer trimestre del 2000 fue relativamente igualada.

GROSS INCOME Gross Margin	1Q 1999	% Total	1Q 2000	% Total	% Change
Wire and Cable	\$ 6,599 22.4%	60.8%	\$ 2,362 7.1%	31.7%	-64.2%
Brass Mills	\$ 1,345 11.0%	12.4%	\$ 2,066 13.2%	27.7%	53.6%
Flexible Packaging	\$ 1,213 12.7%	11.2%	\$ 1,784 16.8%	23.9%	47.1%
Aluminum Profiles	\$ 1,696 30.2%	15.6%	\$ 1,247 22.2%	16.7%	-26.5%
Total	\$ 10,852 19.0%	100.0%	\$ 7,459 11.4%	100.0%	-31.3%

cifras se aproximan

Utilidad Operacional

La Compañía registró una utilidad operacional consolidada de Ch\$657 millones en el primer trimestre del 2000, comparado con Ch\$2.643 millones en el mismo periodo de 1999. La disminución se explica principalmente por la pérdida operacional en la unidad de Cables y los resultados menores en la unidad de Perfiles de Aluminio. Estos resultados menores son parcialmente compensados por rendimientos en alza en ambas unidades Envases y Tubos y Planchas.

OPERATING INCOME Operating Margin	1Q 1999	% Total	1Q 2000	% Total	% Change
Wire and Cable	\$ 1,468 5.0%	55.5%	\$(1,209) -3.6%	-184.0%	n/a
Brass Mills	\$ 205 1.7%	7.8%	\$ 585 3.7%	89.0%	185.4%
Flexible Packaging	\$ 283 3.0%	10.7%	\$ 1,051 9.9%	159.9%	271.4%
Aluminum Profiles	\$ 688 12.2%	26.0%	\$ 233 4.1%	35.5%	-66.1%
Total	\$ 2,643 4.6%	100.0%	\$ 657 1.0%	100.4%	-75.1%

Cifras se aproximan

Resultado No operacional

La pérdida no operacional de la Compañía en el primer trimestre del 2000 alcanzó a menos Ch\$5.897 millones, representando una disminución de 55.2% (Ch\$7.265 millones), versus la pérdida de Ch\$13.162 millones registrada en el mismo período de 1999. Las principales explicaciones incluyen:

- Corrección monetaria, que fue Ch\$8.820 millones menos que el monto registrado en el primer trimestre de 1999; el año pasado, hubo una fuerte devaluación de la moneda en Brasil, la que impactó fuertemente los resultados consolidados de Madeco. La pérdida de la corrección monetaria en el primer trimestre del 2000 puede ser parcialmente explicada por una disminución del 7% en el precio promedio del cobre (comparando Diciembre de 1999 versus Marzo del 2000).
- Los gastos financieros, que totalizaron Ch\$1.484 millones menos que el monto pagado en el primer trimestre de 1999, debido a una disminución en el promedio de la deuda financiera de la Compañía para el trimestre.

Estos efectos positivos comparando año a año las cifras no operacionales fueron compensados por:

- La utilidad financiera fue Ch\$2.098 millones menor en el 1Q00 versus el 1Q99; el menor monto refleja un menor monto total disponible para instrumentos de inversión y un cambio en la política de inversión de la Compañía para protegerse de los riesgos del tipo de cambio.
- Otros ingresos no operacionales, en 1Q00 fue Ch\$1.140 millones menos que en el 1Q99 por dos razones: 1) la compañía vendió algunos activos fijos en 1999; y 2) el descuento tributario, clasificado como resultado no operacional en 1999, ha sido reclasificado en la categoría impuesto a la renta en el 2000.

Utilidad neta

La utilidad neta antes de impuestos alcanzó una pérdida de Ch\$5.240 millones en 1Q00, versus una pérdida de Ch\$10.518 millones en 1Q99. Mientras el impuesto a la renta del 1Q99 alcanzó a Ch\$95 millones, la Compañía registro un descuento tributario de Ch\$442 millones en el 2000. Debido a una utilidad positiva en el 1Q00 de la filial Alusa de Madeco, versus una pérdida en el 1Q99, la Compañía generó interés minoritario. La amortización de menor valor de inversión alcanzó Ch\$4 millones, una disminución de Ch\$5 millones versus el 1Q99 debido a un menor monto de amortización de Indeco Perú.

DESTACADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DEL 2000

Una parte del cambio año a año puede explicarse por los tipos de cambio diferenciales usados para convertir los resultados de las operaciones extranjeras de Brasil, Argentina y Perú de dólares a pesos chilenos. A través del siguiente texto, se destacarán las importantes variaciones año a año basadas en los tipos de cambio diferenciales.

CABLES**Ventas**

Las ventas alcanzaron Ch\$33.476 millones en 1Q00, reflejando un aumento del 13% (Ch\$3.960 millones) con respecto a Ch\$29.516 millones obtenidos en 1Q99. Al comparar el 1Q99 con el 1Q00, el efecto tipo de cambio dólar-peso asciende a Ch\$663 millones. Además de este efecto del tipo de cambio, los factores claves para el aumento de las ventas son los siguientes:

Un aumento del 30% (Ch\$4.109 millones) en las ventas en Brasil versus aquellas generadas en 1Q99. Mientras la diferencia de tipo de cambio explica una pequeña parte del aumento de la venta (Ch\$427 millones), la parte mayor refleja un aumento del 9% en los precios promedios unido a un aumento del 19% en el volumen de ventas. Los aumentos de volumen más importantes fueron:

- Un aumento del 326% en cables de telecomunicaciones, debido a la reiniciación de las instalaciones de línea después de un atípico e inactivo 1999 consecuencia de la privatización de la industria;
- Un aumento de 214% en fibra óptica; y,
- Un aumento del 165% en cables de aluminio termo-plástico, el cual refleja el crecimiento de la demanda por los productos como distribuidores de energía que reemplazan alambres desnudos con alambres revestidos para prevenir los hurtos de electricidad.

Por otra parte, el volumen de ventas en Brasil bajó en algunas familias de productos, principalmente en:

- Disminución del 5% en cables de cobre termoplástico y una disminución del 37% en building wire, como resultado de la lenta recuperación de la industria de la construcción a sus niveles históricos.

En **Chile**, las ventas disminuyeron un 12%, desde Ch\$8.396 millones en 1Q99 a Ch\$7.367 millones en 1Q00, mientras que los volúmenes disminuyeron un 19%.

- Una disminución del 29% en el volumen de ventas de alambres de cobre a medida que las exportaciones a los países latinoamericanos declinaban.
- Una baja del 71% en los cables de cobre termoestables, debido a una lenta recuperación, bajos niveles de actividad en los proyectos de distribución de minería y energía.

Por otra parte, la operación Chilena utilizó su exceso de capacidad para abastecer los requerimientos de cable de telecomunicaciones de Ficap, y aumentó los volúmenes de ventas de estos cables en 206%. Los precios promedios aumentaron un 9%, a medida que aumentaron los costos de materias primas fueron parcialmente transferidos a precios de productos.

En **Perú**, las ventas aumentaron un 33%, de Ch\$4.326 millones en 1Q99 a Ch\$5.759 millones en 1Q00; de este aumento, solo Ch\$136 millones resultaron de la diferencia de tipo de cambio. El volumen de ventas aumentó un 20%, principalmente por:

- Un aumento del 29% en los volúmenes de alambres de cobre, debido a un esfuerzo concertado para exportar el exceso de capacidad de alambres de cobre a Venezuela,
- Un aumento del 79% en cables de cobre termo plástico, principalmente a organizaciones gubernamentales,
- Un aumento del 160% en cables de aluminio termoestable, a medida que los proyectos rurales de electrificación fueron reiniciados.

Las operaciones Peruanas también sufrieron algunas bajas en los volúmenes:

- Una disminución del 64% en cables de cobre termoestables, debido a un aumento en la competencia proveniente de los productores Asiáticos con menores costos y,
- Una disminución del 8% en building wire, debido a una menor recuperación de lo esperado en la industria de la construcción.

En general, los precios aumentaron un 11% por esfuerzos realizados para transferir el alza en los precios del cobre a los clientes de telecomunicaciones y otros alambres de cable. Por el contrario, los precios de alambres de aluminio declinaron, mientras la Compañía tomó medidas competitivas realizando ganancias en la participación de mercado.

En **Argentina** las ventas cayeron un 17%, y alcanzaron Ch\$2.641 millones el 1Q00 versus Ch\$3.194 millones el 1Q99. Mientras la diferencia de tipo de cambio causó un aumento en la venta año a año de Ch\$100 millones, el volumen total de ventas disminuyó al 23%. Mientras el volumen disminuyó en la familia de productos de Argentina, hubo un aumento en la venta de alambres de cobre así como también en cables de cobre termo estables. Los precios promedios aumentaron aproximadamente un 7%, a medida que los altos costos de cobre fueron parcialmente transferidos a precios de productos.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta disminuyó un 64%, de Ch\$6.599 millones en 1Q99 a Ch\$2.362 millones en 1Q00. Mientras la diferencia de tipo de cambio dio como resultado un aumento de Ch\$145 millones en la utilidad neta año a año, la explicación por la baja de la utilidad neta yace en una transferencia parcial del costo de materia prima a los precios de los productos, dado el intenso escenario competitivo dentro de cada uno de los mercados de la Compañía. La comparación de las materias primas del 1Q99 versus el 1Q00

demuestra un aumento del 28% en los precios del cobre en dólares LME (aumento del 31% en términos de pesos Chilenos):

- La utilidad bruta de **Brasil** cayó un 65% versus el año pasado
- La utilidad bruta de **Chile** disminuyó un 54% (Ch\$1.074 millones)
- La utilidad bruta de **Perú** declinó un 5% (Ch\$36 millones)
- La utilidad bruta de **Argentina** alcanzó menos Ch\$305 millones.

Resultado Operacional En 1Q00, la unidad de Cables generó una pérdida operacional de Ch\$1.209 millones, versus un resultado operacional de Ch\$1.468 millones en 1Q99. A pesar que cada uno de los cuatro países generó menores gastos de administración y ventas en el 1Q00 versus el 1Q99, los ahorros no fueron suficientes para compensar los efectos negativos del aumento en los costos primarios de materia prima:

- A pesar de la disminución en los gastos de administración y ventas de un 27%, la pérdida operacional en **Brasil** alcanzó menos Ch\$632 millones durante el 1Q00 comparado con la utilidad de Ch\$780 millones generada en el 1Q99.
- En **Chile**, la unidad registró una pérdida operacional que alcanzó Ch\$124 millones en el 1Q00, versus una ganancia de Ch\$344 millones en el 1Q99. Los gastos de administración y ventas disminuyeron un 37%, sin embargo parte de las explicaciones son por el hecho de que hubo una reclasificación entre las unidades de Cables y Tubos y Planchas.
- En **Perú**, los gastos de administración y ventas disminuyeron un 8%, y el resultado operacional mejoró en un 1% (Ch\$3 millones) versus el año pasado.
- **Argentina** registró pérdidas operacionales en 1Q00 alcanzando a menos Ch\$683 millones, comparado con una ganancia operacional de Ch\$117 millones en 1Q99, a pesar de una disminución del 42% (Ch\$270 millones) en administración y ventas.

TUBOS Y PLANCHAS

- Ventas** Las ventas consolidadas en el 1Q00 fueron Ch\$15.603 millones, representando un aumento del 27.1% versus Ch\$12.280 millones generados en el 1Q99. El aumento se explica por:
Un aumento en las ventas del 31% en las operaciones **Chilenas**. Durante el 1Q00, las ventas alcanzaron a Ch\$12.623 millones, comparado con Ch\$9.626 millones en el 1Q99. Mientras el precio promedio fue parejo año a año, el total del volumen creció un 31% debido en gran parte al aumento del volumen de exportación al mercado de Estados Unidos:
- El volumen de ventas de tubos de cobre aumentó un 56% básicamente debido a una demanda local y exportación aumentada. Las ventas locales crecieron mientras las condiciones macroeconómicas de Chile mejoraron y la demanda del distribuidor clave de material de construcción aumentó. Las ventas de exportación a Estados Unidos y México aumentaron debido a la falta de capacidad de producción respectiva de ambos países para cumplir con los niveles de demanda local, unido al precio competitivo de Madeco.
 - El volumen de barras de bronce creció un 267% resultado de un esfuerzo especial de marketing realizado en el mercado de Estados Unidos.
 - El volumen de planchas de cobre creció un 10%, también debido a una demanda mayor al mercado de Estados Unidos.
 - Los aumentos de volúmenes fueron parcialmente compensados por una caída del 12% en el volumen de cospeles.
- En **Argentina**, las ventas aumentaron un 12%, y alcanzaron Ch\$2.654 millones en 1Q99 versus Ch\$2.980 millones en 1Q00. El efecto positivo del tipo de cambio ascendió a Ch\$83 millones. El volumen de ventas aumentó un 29%, debido a un aumento en la demanda local en los tubos de cobre. Los precios disminuyeron un promedio del 13%, principalmente en tubos de cobre.
- Utilidad Bruta** La utilidad bruta de la unidad alcanzó Ch\$2.066 millones en 1Q00, aumentando a un 54% versus Ch\$1.345 millones generados en 1Q99.
- En **Chile**, la utilidad bruta aumentó un 21% (Ch\$368 millones)
 - En **Argentina** la pérdida bruta disminuyó, desde Ch\$432 millones en 1Q99 a Ch\$79 millones en 1Q00.

Resultado Operacion La utilidad operacional aumentó a 185%, de Ch\$205 millones en el 1Q99 a Ch\$585 millones en el 1Q00.

- al**
- En **Chile**, el resultado operacional para el 1Q00 ascendió a Ch\$1.160 millones, 3% más que los Ch\$1.123 millones generados en 1Q99. Los gastos de administración y ventas aumentaron un 51% como resultado de la reclasificación de gastos de las unidades Cables y Tubos y Planchas.
 - A pesar de que **Argentina** registra una pérdida operacional que totaliza Ch\$575 millones, este monto refleja un mejoramiento del 37% comparado con la pérdida de Ch\$918 millones en 1Q99. El crecimiento de la venta (12%) aumenta a pesar del aumento del costo de ventas (-1%) y de los gastos de administración y ventas (2%).

ENVASES

- Ventas** Las ventas alcanzaron Ch\$10.639 millones en el 1Q00, comparado con Ch\$9.556 millones obtenidos en el 1Q99. El aumento del 11% se explica por:
- Un aumento del 39% en las ventas de **Argentina**, de Ch\$2.471 millones en el 1Q99 a Ch\$3.444 millones en el 1Q00. La diferencia de tipo de cambio dio como resultado un efecto positivo de Ch\$83 millones. El volumen de ventas ascendió a un 45%. El promedio de precios cayó un 4% debido a un aumento en la competencia de precios, una disminución en los costos de materia prima que han sido transferidos a los precios de los productos de la Compañía, así como también un cambio en el mix de productos hacia aquellos productos con polietileno (más barato).
 - **Chile** registró un aumento en las ventas del 2%; las ventas del 1Q00 ascendieron a Ch\$7.195 millones mientras que las ventas en 1Q99 totalizaron Ch\$7.085 millones. Los volúmenes crecieron un 14% debido a un aumento en los productos de envoltorios plásticos y de aluminio. El volumen de envases aumentó un 3% debido a la introducción de nuevos productos, volúmenes de exportación en crecimiento, y la obtención de algunos clientes nuevos. Durante 1999, Alusa liquidó su división de envases rígidos, creando una leve distorsión en las comparaciones año a año. Los precios promedios fueron básicamente parejos.
- Ingreso Bruto** En 1Q00, el ingreso bruto alcanzó Ch\$1.784 millones, reflejando un aumento del 47% comparado con Ch\$1.213 millones en 1Q99. El aumento se explica por:
- En **Argentina**, un aumento del 1.544%, con un ingreso en el 1Q00 totalizando Ch\$444 millones comparado con Ch\$27 millones en el 1Q99.
 - El ingreso bruto de Chile aumentó un 13.0%, de Ch\$1.186 millones en el 1Q99 a Ch\$1.340 millones en el 1Q00.
- Resultado Operacional** El resultado operacional llegó a 271%, de Ch\$283 millones en el 1Q99 a Ch\$1.051 millones en el 1Q00. El aumento se explica de la siguiente forma:
- En **Chile**, la utilidad operacional creció un 57%, de Ch\$526 millones en 1Q99 a Ch\$825 millones en 1Q00. Los gastos de administración y gastos cayeron un 22% debido a una reducción en personal y una reducción en el uso de horas extras.
 - En **Argentina**, la pérdida operacional alcanzó menos Ch\$243 millones versus una ganancia de Ch\$226 millones en 1Q00. Los gastos de administración y ventas cayeron un 19%, como resultado una reducción del 7% en personal.

PERFILES DE ALUMINIO

- Ventas** Las ventas fueron Ch\$5.627 millones en 1Q00, casi igual a Ch\$5.625 millones obtenidos en 1Q99. Mientras la unidad generó un aumento del volumen del 43%, la caída del precio promedio fue muy significativa como resultado de una intensa competencia de precios internacional.
- Ingreso Bruto** El ingreso bruto disminuyó un 27% con respecto al 1Q99, alcanzando a Ch\$1.247 millones en el 1Q00 versus Ch\$1.696 millones en el 1Q99. La disminución de Ch\$458 millones se explica básicamente por el aumento del 11% en los costos de ventas, particularmente en el costo de aluminio, el cual alcanza un promedio del 33%.
- Resultado Operacional** El resultado operacional cayó de Ch\$688 millones en 1Q99 a Ch\$233 millones obtenidos en 1Q00.

Activos

El total de activos de la Compañía al 31 de Marzo de 1999, fueron Ch\$446.281 millones, comparado con Ch\$392.254 millones al 31 de Marzo del 2000. Esta baja refleja principalmente una disminución de Ch\$21.480 millones en activo circulantes como resultado de la menor actividad económica, reducción en las existencias y menores depósitos a plazo. Los activos fijos disminuyeron Ch\$15.414 millones debido a la reclasificación y castigos de ciertos activos en 1999. Finalmente, hubo una disminución de Ch\$17.134 millones en otros activos debido a la venta del interés del 9.6% en VTR en Diciembre de 1999.

Pasivos

Los cambios en los pasivos de la Compañía reflejan principalmente un aumento de Ch\$2.536 millones en los pasivos circulantes debido a un alza en los cargos no-recurrentes realizados durante 1999 como resultado del proceso de reestructuración. Los pasivos largo plazo disminuyeron Ch\$8.940 millones como resultado de los pagos de deuda. El patrimonio de los accionistas disminuyó a Ch\$50.410 millones debido principalmente a las pérdidas acumuladas del periodo.

Flujo de Caja

Los principales usos de caja durante el 1Q00 fueron pago de proveedores y empleados (Ch\$78.086 millones), pagos netos de deuda (Ch\$18.440 millones) y reemplazo de activos (Ch\$5.438). Las principales fuentes de caja durante el periodo fueron ventas (Ch\$75.056 millones) y nueva deuda (Ch\$28.523 millones).