



INVESTOR RELATIONS

COMUNICADO DE PRENSA



Para mayor información contactar:

Marisol Fernández
Investor Relations

Fono : (56 2) 520-1380

Fax : (56 2) 520-1545

E-mail : mfl@madeco.cl

Sitio Web : www.madeco.cl

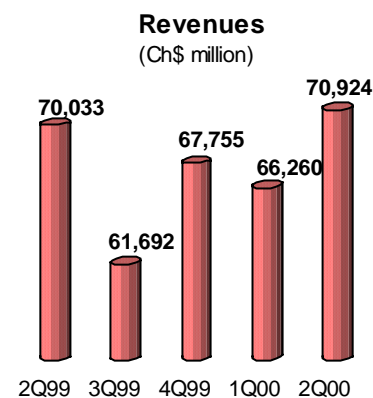
MADECO S.A. ANUNCIA LOS RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DEL 2000 RESULTADOS CONSOLIDADOS

(Santiago, Chile, Agosto 9, 2000) Madeco S.A. ("Madeco") (NYSE: MAD) anunció hoy sus resultados financieros consolidados en PCGA Chilenos para el segundo trimestre y el periodo de seis meses terminado el 30 de Junio del 2000. Todas las cifras son expresadas en pesos chilenos al 30 de Junio del 2000 y las conversiones a dólar norteamericano expresadas en este informe están basadas en el tipo de cambio vigente a esa fecha (US\$1,00 = Ch\$538,62). La Gerencia de Madeco realizará una conferencia telefónica el Viernes 11 de Agosto a las 12:30 horas p.m. para analizar los resultados de la Compañía.

Destacados del Estado de Resultados Consolidado

VENTAS

2T Las ventas alcanzaron Ch\$70.924 millones en el 2T00, un aumento de 1,3% contra Ch\$70.033 millones generados en el mismo período del año pasado. El aumento de la venta consolidada refleja aumentos en las ventas netas de las unidades de Tubos y Planchas y Cables de 20,8% y 4,4% respectivamente. Estos aumentos fueron parcialmente compensados por la baja de las ventas tanto en la unidad de Perfiles de Aluminio (-38,2%) como en Envases (-4.9%).



Acumulado a Junio Las ventas alcanzaron Ch\$137.183 millones para los primeros seis meses del 2000, un aumento de 7,3% contra Ch\$127.808 millones generados en el mismo periodo de 1999.



Net Revenues by Business Unit

	Second Quarter (Ch\$ million)				
	2Q 1999	% Total	2Q 2000	% Total	% Change
Wire and Cable	37,535	53.6%	39,192	55.3%	4.4%
Brass Mills	13,635	19.5%	16,473	23.2%	20.8%
Flexible Packaging	10,831	15.5%	10,298	14.5%	-4.9%
Aluminum Profiles	8,032	11.5%	4,961	7.0%	-38.2%
Total	70,033	100.0%	70,924	100.0%	1.3%

	Year to Date June (Ch\$ million)				
	YTD June 1999	% Total	YTD June 2000	% Total	% Change
Wire and Cable	67,465	52.8%	73,138	53.3%	8.4%
Brass Mills	26,086	20.4%	32,292	23.5%	23.8%
Flexible Packaging	20,522	16.1%	21,087	15.4%	2.8%
Aluminum Profiles	13,735	10.7%	10,666	7.8%	-22.3%
Total	127,808	100.0%	137,183	100.0%	7.3%

Cifras se aproximan

UTILIDAD BRUTA

2T Alcanzó Ch\$8.709 millones en el 2T00, un aumento de 2,5% contra Ch\$8.496 millones generados durante el mismo periodo en 1999. Sobre una base consolidada, el mayor monto de ganancia bruta refleja mayores ventas de 1,3% parcialmente compensado por un aumento de 1,1% en el costo de mercaderías vendidas. Las mejoras más importantes con respecto al año pasado ocurrieron en las unidades de negocio Tubos y Planchas y Perfiles de Aluminio (debido principalmente a menores pérdidas en la filial Ingewall de la unidad de perfiles), donde los márgenes brutos aumentaron significativamente hace un año atrás.

Acumulado a Junio Alcanzó Ch\$16.272 millones para el periodo de seis meses, una caída de 16,5% contra Ch\$19.499 millones obtenidos durante el mismo periodo en 1999. El margen bruto consolidado llegó a 11,9%, disminuyendo 3,4 puntos de porcentaje.

Gross Income and Margin by Business Unit

GROSS INCOME Gross Margin	Second Quarter (Ch\$ million)				
	2Q 1999	% Total	2Q 2000	% Total	% Change
Wire and Cable	\$ 5,213	61.4%	\$ 3,034	34.8%	-41.8%
Brass Mills	\$ 2,068	24.3%	\$ 2,904	33.3%	40.4%
Flexible Packaging	\$ 1,609	18.9%	\$ 1,258	14.4%	-21.8%
Aluminum Profiles	\$ (394)	-4.6%	\$ 1,513	17.4%	NA
Total	\$ 8,496	100.0%	\$ 8,709	100.0%	2.5%



Year to Date June (Ch\$ million)

GROSS INCOME Gross Margin	YTD June 1999	% Total	YTD June 2000	% Total	% Change
Wire and Cable	\$ 11,902 17.6%	61.0%	\$ 5,427 7.4%	33.4%	-54.4%
Brass Mills	\$ 3,430 13.1%	17.6%	\$ 4,999 15.5%	30.7%	45.7%
Flexible Packaging	\$ 2,841 13.8%	14.6%	\$ 3,069 14.6%	18.9%	8.0%
Aluminum Profiles	\$ 1,326 9.7%	6.8%	\$ 2,777 26.0%	17.1%	109.4%
Total	\$ 19,499 15.3%	100.0%	\$ 16,272 11.9%	100.0%	-16.5%

Cifras se aproximan

UTILIDAD OPERACIONAL

2T En 2T00, la Compañía registró una utilidad operacional consolidada de Ch\$1.858 millones, lo que representa una mejora sustancial contra la pérdida de -Ch\$1.082 millones durante el mismo periodo de 1999. La utilidad operacional incrementada refleja la utilidad bruta levemente superior junto con una disminución del 28,5% en Gastos de Administración y Ventas, principalmente el resultado de reducciones de personal en Argentina, Chile y Brasil. La reestructuración organizacional y las consecuentes pérdidas operacionales no recurrentes de 1999 hacen comparaciones año a año de las unidades de negocio separadas que no tenían sentido.

Acumulado a Junio La utilidad operacional de Madeco para los seis meses alcanzó Ch\$2.524 millones, un aumento de 57,8% comparado con Ch\$1.599 millones para el mismo periodo de 1999.

Operating Income and Margin by Business Unit

Second Quarter (Ch\$ million)

OPERATING INCOME Operating Margin	2Q 1999	% Total	2Q 2000	% Total	% Change
Wire and Cable	\$ (8) 0.0%	0.7%	\$ (373) -1.0%	-20.1%	-4562.5%
Brass Mills	\$ 41 0.3%	-3.8%	\$ 1,297 7.9%	69.8%	3063.4%
Flexible Packaging	\$ 671 6.2%	-62.0%	\$ 501 4.9%	27.0%	-25.3%
Aluminum Profiles	\$ (1,786) -22.2%	165.1%	\$ 433 8.7%	23.3%	
Total	\$ (1,082) -1.5%	100.0%	\$ 1,858 2.6%	100.0%	



Year to Date(Ch\$ million)

OPERATING INCOME Operating Margin	YTD June 1999	% Total	YTD June 2000	% Total	% Change
Wire and Cable	\$ 1,477 2.2%	92.4%	\$ (1,602) -2.2%	-63.5%	NA
Brass Mills	\$ 249 1.0%	15.6%	\$ 1,890 5.9%	74.9%	659.0%
Flexible Packaging	\$ 961 4.7%	60.1%	\$ 1,568 7.4%	62.1%	63.2%
Aluminum Profiles	\$ (1,088) -7.9%	-68.0%	\$ 668 6.3%	26.5%	NA
Total	\$ 1,599 1.3%	100.0%	\$ 2,524 1.8%	100.0%	57.8%

Cifras se aproximan

RESULTADOS EBITDA

2T El EBITDA consolidado de Madeco alcanzó Ch\$5.226 millones para el 2T00, representando un aumento de 155,4% contra Ch\$2.046 millones registrados en el mismo periodo de 1999.

Acumulado a Junio Alcanzó Ch\$9.075 millones para el periodo de seis meses, un aumento de 13,3% comparado con Ch\$8.007 millones generados en el mismo periodo hace un año atrás.

RESULTADOS NO-OPERACIONALES

2T La pérdida no operacional de la Compañía en el 2T00 alcanzó menos -Ch\$6.513 millones, una pérdida de 29,9% mayor que la pérdida de -Ch\$5.012 millones registrada en el mismo periodo del año pasado.

- La utilidad neta de las filiales llegó a Ch\$93 millones en el 2T00, contra Ch\$7.252 millones en el 2T99. Madeco tuvo una inversión de capital en VTR S.A., la cual el año pasado vendió su participación en VTR Hipercable. Esta venta dio como resultado para Madeco el registro de una ganancia extraordinaria que alcanzó Ch\$6.558 millones.
- En el 2T00, otras utilidades no operacionales alcanzaron Ch\$64 millones, una disminución de 86,6% contra Ch\$479 millones ganados hace un año atrás. Durante el 2T99, Madeco registró una utilidad extraordinaria debido a la venta de algunos activos fijos así como también una parte de Cobrecon, filial en Perú.

Estos efectos negativos sobre cifras no operacionales comparadas año a año fueron compensadas por otros factores.

- En otros gastos no operacionales, Madeco registró Ch\$620 millones en el 2T00, una baja de 87,4% contra Ch\$4.940 millones incurridos en el mismo período el



año pasado. Esta baja se explica principalmente por cargos no recurrentes registrados durante 1999 principalmente en la filial Ingewall (Ch\$3.192 millones).

- La corrección monetaria en el 2T00 alcanzó -Ch\$1.165 millones, debido principalmente a la devaluación del peso Chilenos. El monto registrado en el 2T00 es 58,3% menor que -Ch\$2.792 millones registrados en el mismo periodo de 1999.

Acumulado a Junio Alcanzó una pérdida de -Ch\$12.492 millones en el periodo de seis meses del 2000, comparado con la pérdida de -Ch\$18.358 millones incurridos durante el mismo periodo de 1999.

UTILIDAD NETA

2Q00 La utilidad neta antes de impuestos para el 2T00 alcanzó una pérdida de -Ch\$4.655 millones, contra una pérdida de -Ch\$6.093 millones en el 2T99. Mientras que el impuesto a la renta del 2T99 alcanzó Ch\$210 millones, la Compañía registró un descuento tributario de Ch\$160 millones en el 2T00. El monto por interés minoritario de la Compañía para el 2T00 fue Ch\$208 millones menor que hace un año atrás debido a la menor utilidad de su filial Alusa. Finalmente, la amortización por menor valor de inversión negativa alcanzó Ch\$5 millones en el 2T00, una disminución de 59,9% contra Ch\$11 millones en el 2T99 resultado de un menor monto por amortización de la inversión en Indeco, Perú. La utilidad neta después de los impuestos en el 2T00 alcanzó una pérdida de -Ch\$4.386 millones, contra una pérdida mayor de -Ch\$5.981 millones en el mismo periodo del año pasado.

A nivel de capital, el ajuste positivo de conversión de moneda extranjera de Ch\$6.622 millones compensó mucho más el efecto de las pérdidas para el periodo (Ch\$4.386 millones).

Acumulado a Junio Para el periodo de seis meses, la utilidad neta después de impuestos alcanzó una pérdida de -Ch\$9.425 millones. Esta pérdida se compara favorablemente con la pérdida de -Ch\$16.424 millones registrada en el mismo periodo de 1999, y refleja los fuertes resultados operacionales junto con menores pérdidas no operacionales.

A nivel de capital, el ajuste positivo de conversión de moneda extranjera de Ch\$2.454 millones compensó parcialmente el efecto de las pérdidas para el periodo (Ch\$9.425 millones).



DESTACADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DEL 2000

CABLES

Second Quarter 1999

	Chile	Brazil	Argentina	Peru	Wire and Cable
Volume (tons)	4,494	11,374	1,464	3,259	20,591
<i>Ch\$ million</i>					
Revenues	7,074	21,703	3,663	5,095	37,535
COGS	(5,839)	(17,632)	(4,499)	(4,352)	(32,322)
Gross Income	1,235	4,071	(836)	743	5,213
Gross Margin	17.5%	18.8%	-22.8%	14.6%	13.9%
SG&A	(1,340)	(3,051)	(322)	(508)	(5,221)
Operating Income	(105)	1,020	(1,158)	235	(8)
Operatin Margin	-1.5%	4.7%	-31.6%	4.6%	0.0%
Headcount	779	1,175	377	267	2,598

Second Quarter 2000

	Chile	Brazil	Argentina	Peru	Wire and Cable
Volume (tons)	4,104	10,055	1,027	4,034	19,220
<i>Ch\$ million</i>					
Revenues	5,805	24,392	2,376	6,619	39,192
COGS	(5,454)	(22,109)	(2,678)	(5,917)	(36,158)
Gross Income	351	2,283	(302)	702	3,034
Gross Margin	6.0%	9.4%	-12.7%	10.6%	7.7%
SG&A	(942)	(1,741)	(212)	(512)	(3,407)
Operating Income	(591)	542	(514)	190	(373)
Operatin Margin	-10.2%	2.2%	-21.6%	2.9%	-1.0%
Headcount	346	1,004	142	241	1,733

Ventas

Las ventas alcanzaron Ch\$39.192 millones en 2Q00, reflejando un aumento de 4,4% contra Ch\$37.535 millones generados en el 2T99. El volumen de ventas de productos de cables bajó un 6,7% contra el mismo periodo un año atrás.

Brasil, las ventas alcanzaron Ch\$24.392 millones, aumentando un 12,4% de Ch\$21.703 millones en el 2T99. Mientras la Compañía aumentó el volumen de ventas de fibra óptica un 197% (57.000 kms), el volumen de ventas de cable metal disminuyó un 12% (1.300 tons). Lo más importante, la Compañía sufrió una caída de 2.800 tons en el volumen de ventas de cable de aluminio desnudo. El principal comprador de cable de aluminio desnudo en 1999 fue el gobierno de Brasil. En el 2000, el gobierno implementó un nuevo sistema de concesión que ha resultado en postergaciones de compra; sin embargo, la Compañía espera que la demanda se recupere durante el último trimestre de este año. A pesar que el volumen total de

cable metal disminuyó, las ventas de cable telefónico para el 2T año a año de la Compañía, vendidos en Brasil aumentaron aproximadamente a 1.400 tons mientras las compañías de telecomunicaciones privatizadas empiezan a invertir agresivamente en infraestructura para las comunicaciones. La compañía espera demandas por productos de cable telefónico permanezcan firme en Brasil a través de todo el balance del año.

Chile, las ventas alcanzaron Ch\$5.805 millones, disminuyendo un 17,9% de Ch\$7.074 millones en el 2T99. La disminución de las ventas netas refleja una caída del 8,7% (390 tons), menor precio promedio debido a una intensa competencia, y a la exclusión de las filiales Emisa y Madecotel, las cuales fueron vendidas en el 2000 por la Compañía. La economía chilena ha tenido una recuperación más lenta de lo esperado durante el año 2000 y las ventas de cables a las industrias de la minería, telecomunicaciones y construcción permanece estancada. La principal baja en el volumen de ventas ha sido en building wire, cables magnéticos, termo plásticos y termo estables, y estas caídas han sido parcialmente compensadas por un aumento en el volumen de cables de cobre desnudo y telefónicos.

Perú, las ventas fueron Ch\$6.619 millones en el 2T00, un aumento del 29,9% contra Ch\$5.095 millones en el 2T99. La operación de cable peruana de la Compañía es el único país con aumento en el volumen de ventas trimestre a trimestre, con una tasa de crecimiento de 23,8% o casi 800 tons. El principal aumento del volumen de ventas en Perú fue para building wire (140 tons) y cables termo plásticos (200 tons). El aumento de las ventas refleja que los competidores peruanos de la Compañía tuvieron dificultad tanto para lograr proporcionar la materia prima durante el trimestre como en los niveles de precios competitivos de la compañía para ganar participación de mercado.

Argentina las ventas llegaron a Ch\$2.376 millones en el 2T00, una baja de 35,1% contra Ch\$3.663 millones en el 2T99. El volumen de ventas total disminuyó un 29,8% o casi 440 tons directamente como resultado de la lenta recuperación de la economía Argentina. Las principales disminuciones en volúmenes de ventas en Argentina fueron cables cables termo estables, parcialmente compensado por un aumento en las ventas de alambón de cobre.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta fue Ch\$3.034 millones en el 2T00, una disminución de 41,8% contra Ch\$5.213 millones generados en el 2T99. La baja en la utilidad bruta resulta del hecho que los aumentos del costo sobrepasaron los aumentos de la venta, especialmente en Brasil y Perú. En el caso de Chile, la baja de la venta sobrepasó los esfuerzos de la Compañía para reducir los costos. En el negocio de cables, los costos de la materia prima representan una parte muy importante de las ventas netas, y una comparación de los precios del cobre en dólares Norteamericano LME del 2T00 contra el 2T99 muestra un aumento del 25% en una de las principales materias primas de la



Compañía (aumento del 27% en términos de pesos chilenos). El análisis de rendimiento del 2T año a año en cada país muestra que:

La utilidad bruta de **Brasil** disminuyó un 43,9% o Ch\$1.788 millones. El aumento de 40,5% en costo de mercaderías vendidas (Ch\$4.477) está basado en el aumento en el precio del cobre y del aluminio junto a un cambio en el mix de productos vendidos. Durante el 2T99, hubo una mayor concentración de ventas de cables termo plásticos y termo estables, los cuales tienen mayores márgenes que los productos de precios competitivos vendidos durante el 2T00, cables telefónicos y fibra óptica.

La utilidad bruta de **Chile** disminuyó un 71,6% o Ch\$884 millones. La caída refleja una disminución de 6,6% en costo de mercaderías vendidas lo que no fue suficiente para compensar la baja de la venta de 17,9%.

La utilidad bruta de **Perú** disminuyó un 5,5% o Ch\$41 millones debido principalmente al aumento en los costos de materia prima que fue solo parcialmente transferido a los precios de los productos.

La pérdida bruta en **Argentina** alcanzó -Ch\$302 millones en el 2T00, contra una pérdida de -Ch\$836 millones registrados en el 2T99. La pérdida reducida refleja una caída en el costo de mercaderías vendidas (-40,5%) que sobrepasó la disminución en las ventas netas (-35,1%) debido a mejoras en el proceso de producción y reducción de personal.

Utilidad Operacional

En el 2T00, la unidad de cables generó una pérdida operacional que alcanzó -Ch\$373 millones, contra una pérdida operacional que totaliza -Ch\$8 millones en el 2T99. Mientras se emprendieron algunas iniciativas tales como la reducción de personal para reducir gastos y tres de los cuatro países generaron menores gastos en administración y ventas en el 2T00 contra el 2T99, los ahorros no fueron suficientes para compensar la menor utilidad bruta.

Brasil, mientras el margen bruto de la unidad cayó de 18,8% en 1999 a 9,4% en el 2000, la Compañía disminuyó los gastos de administración y ventas un 42,9% o Ch\$1.310 millones. La disminución en administración y ventas resultó de una menor estructura de salarios en el 2T00, y el incurrimiento de efectos no recurrentes. La utilidad operacional disminuyó un 46,9% contra el mismo periodo el año pasado.

Chile, la Compañía redujo los gastos de administración y ventas en un 29,7% o Ch\$398 millones, en gran parte debido a la venta de las filiales Madecotel y Emisa. Además, la Compañía incurrió en gastos extraordinarios en el 2T99. La utilidad bruta reducida en el 2T00 no fue suficiente para cubrir los gastos de administración y ventas y la pérdida operacional año a año de la unidad creció de -Ch\$105 millones a -Ch\$591 millones.

Perú, los gastos de administración y ventas disminuyeron un 0,8% o Ch\$4 millones debido a mayores cargos por flete y transportes, los cuales fueron parcialmente compensados por menores niveles de remuneración. En general, la utilidad operacional año a año del 2T disminuyó de 19,1% contra el 2T99.



Argentina, los gastos de administración y ventas disminuyeron un 34,2% o Ch\$110 millones debido a menores gastos de remuneración. La pérdida operacional año a año del 2T disminuyó de -Ch\$1.158 millones en el 2T99 a -Ch\$514 millones en el 2T00.

TUBOS Y PLANCHAS

Second Quarter 1999

	Chile	Argentina	Brass Mill
Volume (tons)	6,830	3,308	10,138
<i>Ch\$ million</i>			
Revenues	9,237	4,398	13,635
COGS	(7,813)	(3,754)	(11,567)
Gross Income	1,424	644	2,068
Gross Margin	15.4%	14.6%	15.2%
SG&A	(1,106)	(921)	(2,027)
Operating Income	318	(277)	41
Operatin Margin	3.4%	-6.3%	0.3%
Headcount	685	293	978

Second Quarter 2000

	Chile	Argentina	Brass Mill
Volume (tons)	8,228	1,596	9,824
<i>Ch\$ million</i>			
Revenues	13,327	3,146	16,473
COGS	(10,389)	(3,180)	(13,569)
Gross Income	2,938	(34)	2,904
Gross Margin	22.0%	-1.1%	17.6%
SG&A	(1,068)	(539)	(1,607)
Operating Income	1,870	(573)	1,297
Operatin Margin	14.0%	-18.2%	7.9%
Headcount	692	158	850

Ventas

Las ventas consolidadas en el 2T00 fueron Ch\$16.473 millones, representando un aumento de 20,8% contra Ch\$13.635 millones generados en el 2T99.

Chile, las ventas aumentaron un 44,3% o Ch\$4.090 millones.

- En la unidad de tuberías, planchas y barras, las ventas netas aumentaron un 52,1% o Ch\$3.465 millones debido a un 25,0% en el volumen de ventas. Los volúmenes de exportación aumentaron un 18% comparado con el 2T99, debido a aumentos en las ventas de productos a EEUU y Canadá, parcialmente compensados por una disminución en el volumen a Asia. El

volumen de ventas dentro del mercado local aumentó a un 35%. El volumen de ventas creció en tubos de cobre y barras de latón y cayó en las planchas de aluminio.

- Las ventas en la unidad de monedas aumentaron a Ch\$625 millones, como consecuencia del cambio en el mix de productos vendidos. Durante el 2T00, la Compañía vendió 530 tons de cospeles “euro” (aleación de Oro Nórdico), un aumento de 310,9% contra 129 tons vendidas durante el 2T99. La aleación de Oro Nórdico requiere un proceso de producción más complejo y por lo tanto posee un precio promedio más alto comparado con otras aleaciones. Las ventas de cospeles “euro” fueron parcialmente compensadas por la disminución de 165 tons en el volumen de ventas de las monedas acuñadas.

Argentina, las ventas alcanzaron Ch\$3.146 millones en el 2T00, disminuyendo un 28,5% contra Ch\$4.398 millones en el 2T99. El volumen de ventas cayó un 51,8%, básicamente en barras, tuberías de latón y cobre. Estas bajas en las ventas fueron parcialmente compensadas por un aumento en el volumen en las planchas de cobre y latón.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta de la unidad alcanzó Ch\$2.904 millones en el 2T00, aumentando un 40,4% contra Ch\$2.068 millones generados en el 2T99.

Chile, la utilidad bruta fue más que duplicada, Ch\$1.424 millones en 2T99 a Ch\$2.938 millones en el 2T00 debido principalmente a :

- Crecimiento de la venta (52,1%) en las tuberías, barras y planchas sobrepasando el aumento en costo de mercaderías vendidas (41,5%).
- En el negocio de monedas, las ventas crecieron a una tasa de 24,1% mientras que el costo de mercaderías vendidas alcanzó solamente 12,1%. El costo de mercaderías vendidas sobrepasó el volumen de crecimiento (3,2%) debido al hecho que la producción de aleación de Oro Nórdico es menos eficiente y por lo tanto más cara que la producción de otras aleaciones.

Argentina, la pérdida bruta para el 2T00 alcanzó a -Ch\$34 millones, contra la utilidad bruta que alcanzó Ch\$644 millones en el 2T99. Mientras las ventas disminuyeron 28,5%, el costo de mercaderías vendidas disminuyó solo un 15,3% debido al aumento en el precio del cobre LME compensando parcialmente el mejoramiento en los procesos de producción.

Utilidad Operacional

La utilidad operacional en el 2T00 aumentó 3,063.4% o Ch\$1.256 millones contra el mismo periodo del año pasado

Chile, la utilidad operacional para el 2T00 alcanzó Ch\$1.870 millones, 488,1% más que Ch\$318 millones generados en el 2T99. Mientras tanto la utilidad bruta se



duplicó (106% de crecimiento), los gastos de administración y ventas disminuyeron un 3,4%.

- Los gastos de administración y ventas disminuyeron un 3,0% y 6,1% en los negocios de planchas y barras, tuberías y unidades de monedas, respectivamente.

Argentina, registró en el 2T00 una pérdida operacional que totaliza menos –Ch\$573 millones, contra una pérdida de –Ch\$277 millones en el 2T99. Los esfuerzos combinados hacia la reducción de personal pueden ser demostrados en la baja del 41,5% (Ch\$382 millones) año a año en gastos de administración y ventas.

ENVASES

Second Quarter 1999			
	Chile	Argentina	Flexible Packaging
Volume (tons)	2,872	1,070	3,942
<i>Ch\$ million</i>			
Revenues	6,981	3,850	10,831
COGS	(5,678)	(3,544)	(9,222)
Gross Income	1,303	306	1,609
Gross Margin	18.7%	7.9%	14.9%
SG&A	(639)	(299)	(938)
Operating Income	664	7	671
Operatin Margin	9.5%	0.2%	6.2%
Headcount	540	175	715

Second Quarter 2000			
	Chile	Argentina	Flexible Packaging
Volume (tons)	2,659	1,031	3,690
<i>Ch\$ million</i>			
Revenues	6,753	3,545	10,298
COGS	(5,804)	(3,236)	(9,040)
Gross Income	949	309	1,258
Gross Margin	14.1%	8.7%	12.2%
SG&A	(480)	(277)	(757)
Operating Income	469	32	501
Operatin Margin	6.9%	0.9%	4.9%
Headcount	535	174	709

Ventas

Las ventas alcanzaron Ch\$10.298 millones en el 2T00, comparado con Ch\$10.831 millones obtenidos en el 2T99. La disminución del 4,9% se explica por:

Chile, en el 2T00 generó ventas totales por Ch\$6.753 millones, una disminución de 3,3% contra Ch\$6.981 millones en el 2T99. El volumen de ventas disminuyó 7,4% debido a la caída en las ventas de supermercado así como también al mismo tiempo el efecto de ajustarse a un cambio clave del cliente en los requisitos de servicio de almacenaje para un sistema de administración de existencia justo a tiempo. Adicionalmente, en Mayo de 1999, Alusa liquidó su división de envase rígido creando una distorsión en las comparaciones año a año; en el 2T99, las ventas de la división de envases rígido representaron un 3,5% de las ventas.

Argentina registró una disminución del 7,9%, de Ch\$3.850 millones en el 2T99 a Ch\$3.545 millones en el 2T00. El volumen de ventas cayó un 3,6% contra el mismo periodo hace un año atrás. La actividad económica en el país permanece deprimida y la demanda por productos de envase inactiva. Además, muchos elaboradores de productos de consumo masivo multinacionales se han cambiado a un sistema de administración de existencia justo a tiempo, por lo tanto afectan temporalmente sus proveedores tales como elaboradores de envase. El efecto combinado para la Compañía ha sido una reducción de 31% en el volumen de ventas de sus diez clientes top durante Mayo y Junio.

Utilidad Bruta

En el 2T00, la utilidad bruta alcanzó Ch\$1.258 millones, reflejando una disminución de un 21,8% comparado con Ch\$1.609 millones en el 2T99.

Chile, la utilidad bruta disminuyó un 27,2%, de Ch\$1.303 millones en el 2T99 a Ch\$949 millones en el 2T00. La caída de la utilidad bruta refleja una baja de 3,3% en la venta junto con un aumento de un 2,2% en el costo de mercaderías vendidas debido principalmente a un aumento del dólar en los precios de materia prima. Los principales aumentos en el costo fueron en polietileno (16%), papel (12%), polipropileno (11%), y film de aluminio (5%).

Argentina, la utilidad bruta aumentó un 1,0%, de Ch\$306 millones en el 2T99 a Ch\$309 millones en el 2T00. La Compañía disminuyó su costo de mercadería vendidos en un 8,7%, más que la disminución del 7,9% en ventas y como resultado del proceso de reestructuración para reducir los costos fijos.

Utilidad Operacional

La utilidad Operacional fue Ch\$501 millones en el 2T00, 25,3% menor que Ch\$671 millones obtenidos en el 2T99.



Chile, a pesar de la reducción de personal de la Compañía en la unidad de envases y la caída del 24,9% en los gastos de administración y ventas año a año, la utilidad operacional disminuyó a Ch\$469 millones, una baja de 29,4% contra Ch\$664 millones logrados en el 2T99 debido en gran parte a menor utilidad bruta.

Argentina, la utilidad operacional del 2T00 alcanzó Ch\$32 millones, un mejoramiento de 357,1% contra Ch\$7 millones registrados en el 2T99. Los gastos de administración y ventas declinaron un 7,4% reflejando la caída de 20,8% en las ventas y personal administrativo.

PERFILES DE ALUMINIO

	Aluminum Profile	
	1999	2000
Volume (tons)	2,788	2,318
<i>Ch\$ million</i>		
Revenues	8,032	4,961
COGS	(8,426)	(3,448)
Gross Income	(394)	1,513
Gross Margin	-4.9%	30.5%
SG&A	(1,392)	(1,080)
Operating Income	(1,786)	433
Operatin Margin	-22.2%	8.7%
Headcount	576	536

Ventas

Las ventas fueron Ch\$4.961 millones en el 2T00, reflejando una disminución de 38,2% comparada con Ch\$8.032 millones obtenidos en el 2T99. Las ventas disminuyeron debido a la disminución en el volumen de ventas de muros cortina los cuales resultaron de la terminación de algunos proyectos de instalación. Esta baja fue compensada parcialmente por mayores ventas netas de perfiles de aluminio. Mientras los precios promedios de perfiles de aluminio cayeron, la implementación del nuevo plan comercial de la Compañía y la ganancia subsecuente de la participación de mercado dio como resultado ganancias en el volumen de ventas.

Utilidad bruta

Alcanzó Ch\$1.513 millones en el 2T00, un mejoramiento contra la pérdida de -Ch\$394 millones obtenidos en el 2T99. La ganancia en la utilidad bruta de la unidad refleja una disminución de 59,1% en el costo de ventas que sobrepasa la caída de la venta de 38,2%. En 1999, la Compañía incurrió en cargos no recurrentes debido a la obsolescencia de existencia y cargos de construcción en ejecución. En la unidad de perfiles de aluminio, el costo de mercaderías vendidas en el 2T00 aumentó debido a mayores volúmenes y a un aumento en los costos de mercaderías vendidas.



Utilidad Operacional

La utilidad operacional alcanzó Ch\$433 millones en el 2T00, contra una pérdida de -Ch\$1.786 millones in 2T99. El resultado positivo refleja la utilidad bruta positiva en el 2T00, junto con una reducción del 22,3% en gastos de administración y ventas. La reducción de gastos de administración y ventas refleja principalmente la reducción de aproximadamente 20 personas administrativas y de ventas.

ANALISIS DEL BALANCE

Activos

El total de activos de la Compañía al 30 de Junio del 2000 fueron Ch\$409.388 millones, una baja de 11,3% comparado con Ch\$461.653 millones al 30 de junio de 1999. Esta baja refleja principalmente la disminución de Ch\$16.614 millones en activos circulantes debido a una reducción de Ch\$10.292 millones en deudores por ventas, una reducción de Ch\$6.761 millones de depósitos a plazo, y Ch\$1.621 millones menos en documentos por cobrar. Los activos fijos disminuyeron Ch\$11.021 millones debido a la reclasificación y castigo de algunos activos y la venta y retroarriendo de un equipo de impresión de envases (-Ch\$4,452 millones) en 1999. Finalmente, hubo una disminución de Ch\$24.630 millones en otros activos debido a la venta del 9,6% de interés en VTR en Diciembre de 1999 (-Ch\$17.610 millones) y amortización por menor valor de inversión debido a la venta de Madecotel (Ch\$3.508 millones).

Pasivos

La disminución en pasivos de la Compañía refleja principalmente una disminución de Ch\$37.417 millones en pasivos a largo plazo como consecuencia de la colocación privada prepagada en su totalidad el 19 de Abril del 2000. Esta colocación privada alcanzó US\$110 millones y fue financiada usando la deuda bancaria a largo y corto plazo, un bono que fue colocado en el mercado local el 3 de Abril del 2000 el cual alcanzó US\$75 millones y aumento de capital que asciende a US\$12,6 millones. El capital de los accionistas disminuyó a Ch\$37.098 millones debido principalmente a las pérdidas acumuladas del periodo.

Flujo de Caja

Los principales usos de caja durante el 2T00 fueron pagos netos de deuda (Ch\$98.560 millones), proveedores y pagos de empleados (Ch\$68.000 millones) y la recolocación de activos (Ch\$2.673 millones). Las principales fuentes de caja para el periodo fueron ingresos por ventas (Ch\$77.592 millones) y deuda nueva de Ch\$36.480 millones.

Madeco, ex Manufacturas de Cobre MADECO S.A., fue fundada como una sociedad anónima abierta según las leyes de la República de Chile y actualmente tiene operaciones en Chile, Argentina, Brasil y Perú. Madeco es la compañía manufacturera chilena líder de productos no-ferrosos, semi-terminados y terminados basados en cobre, aleaciones de cobre y aluminio. La Compañía es líder también en la



elaboración de productos de envases flexibles para industrias de gran consumo tales como alimentos, snacks y cosméticos.

Los lectores están advertidos de no tomar como ciertos las declaraciones futuras incluidas en este texto, que sólo hablan a esa fecha. La Compañía no tiene obligación de informar públicamente los resultados de cualquier revisión de estas declaraciones futuras que pueden haber sido hechas para reflejar eventos o circunstancias antes del día de la declaración, incluidos, sin limitación, cambios en la estrategia de negocios de la compañía o planes de gastos de capital, o reflejar la ocurrencia de eventos no anticipados.

#####