



PARA SU PUBLICACION INMEDIATA

Para mayor información contactar a:

Marisol Fernández
Analista Financiero

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 CONSOLIDADOS PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE 2001

(Santiago, Chile, Agosto 29, 2001) Madeco S.A. ("Madeco") (NYSE: MAD) anunció hoy sus **resultados financieros consolidados** en PCGA Chilenos para el trimestre que termina el 30 de Junio del 2001. Todas las cifras son expresadas en pesos Chilenos al 30 de Junio del 2001 (la variación del IPC anual totalizó un 3,7%) y las conversiones en dólares norteamericanos expresados en este informe están basadas en el tipo de cambio vigente a esa fecha (US\$1,00 = Ch\$629,00).

Destacados del Primer Semestre del 2001

- Las ventas consolidadas aumentaron un 34,2% contra el mismo periodo del año pasado, de Ch\$142.259 millones a Ch\$190.969 millones, principalmente debido a mayores ventas de cables telefónicos de cobre y de fibra óptica en Brasil.

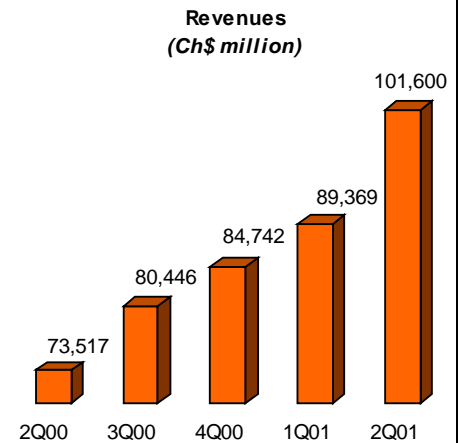
Como resultado tanto de inversiones concentradas de líneas telefónicas realizadas en Brasil en los últimos cuatro trimestres, como del reciente retroceso económico en el país, la actividad inversora en la industria telefónica ha disminuido considerablemente desde Julio. Durante el segundo semestre del año, la Compañía espera un crecimiento de la demanda en Brasil de las compañías de distribución eléctrica (alambre desnudo de aluminio) debido al déficit existente en las líneas de transmisión de energía.

- Como consecuencia del aumento de las ventas así como también de las mejoras en productividad y eficiencia resultado de la reestructuración de Madeco, el margen operacional de la Compañía para el primer semestre del 2001 se triplicó contra el mismo periodo del año pasado, de 1,8% a 5,8%.
- El EBITDA de la Compañía alcanzó Ch\$17.830 millones para el primer semestre del 2001, un mejoramiento notable del 89,4% contra Ch\$9.414 millones obtenidos en el 2000.
- El 3 de Agosto del 2001, Madeco emitió bonos equivalente a US\$35 millones en el mercado Chileno. Los fondos provenientes de los bonos a 3 años están destinados a refinanciar los pasivos. La tasa de interés anual de estos bonos es 6,70%, con pagos de interés semestral.

Destacados del Estado de Resultados Consolidados (Cuadros 1 y 2)

VENTAS

2T El 2T01 es el quinto trimestre consecutivo en que la Compañía ha logrado un crecimiento en las ventas. Para el trimestre, las ventas de la Compañía fueron Ch\$101.600 millones, un mejoramiento sustancial del 38,2% contra Ch\$73.517 millones en el 2T00. Las cuatro unidades de negocio de la Compañía generaron mayores ventas que el año pasado; en tres de los cuatro negocios, las ventas netas aumentaron en tasas de doble dígito. El aumento de las ventas en la unidad de cables refleja tanto el crecimiento en los volúmenes anuales (especialmente cables telefónicos y fibra óptica) como en la consolidación de la operación de fibra óptica en Argentina que comenzó en Abril del 2001, como resultado de la transacción con Corning.



ACUMULADO A LA FECHA Las ventas alcanzaron Ch\$190.969 millones para los primeros seis meses del 2001, un aumento del 34,2% desde Ch\$142.259 millones generados en el 2000.

MARGEN DE EXPLOTACIÓN

2T El aumento en el volumen de ventas junto con la reestructuración de la Compañía en los años 1999-2000 dio como resultado un crecimiento en la venta (38,2%) que sobrepasó el crecimiento de los costos de explotación (35,8%); consecuentemente, la Compañía experimentó un aumento del 55,4% en el margen de explotación, de Ch\$9.027 millones en el 2T00 a Ch\$14.029 millones en el 2T01. El aumento refleja el fuerte rendimiento en el principal negocio de la Compañía, la unidad de cables, el mix de ventas de cables en el 2001 incluyó una mayor parte de los productos de mayor valor agregado (ej: fibra óptica y cable telefónico de cobre). Los mayores resultados en la unidad de cables fueron parcialmente compensados por menores márgenes de explotación en las unidades de Tubos, Planchas y Barras, Envases y Perfiles de Aluminio.

Acumulado al año El margen de explotación alcanzó Ch\$27.255 millones para los primeros seis meses del 2001, un aumento del 61,5% versus Ch\$16.874 millones obtenidos en el 2000. El margen de explotación consolidado para el periodo de seis meses aumentó 2,4 puntos de porcentaje a 14,3%.

UTILIDAD OPERACIONAL Y MARGEN OPERACIONAL

2T La utilidad operacional de la Compañía totalizó Ch\$5.182 millones en el 2T01, una mejora sustancial comparado con Ch\$1.926 millones generados en el 2T00. Mientras las ventas aumentaron un 38,2%, los gastos de administración y ventas aumentaron solamente un 24,6%. El mejoramiento más notable fue en la unidad de cables, donde el crecimiento de las ventas junto con los esfuerzos de la Compañía por reducir los costos y gastos dieron como resultado una utilidad operacional positiva contra una pérdida operacional para el mismo período el año pasado.



Acumulado al año La utilidad operacional de Madeco alcanzó Ch\$11.036 millones contra Ch\$2.617 millones generados en los primeros seis meses del año 2000.

RESULTADO NO-OPERACIONAL

2T La pérdida no operacional de la Compañía en el 2T01 alcanzó Ch\$10.262 millones, contra una pérdida de Ch\$6.751 millones en el mismo periodo del año pasado.

- ⇓ *Corrección Monetaria:* alcanzó una pérdida de Ch\$4.258 millones en el 2T01, comparado con una pérdida de Ch\$1.207 millones en el 2T00. Las pérdidas por corrección monetaria resultaron de la devaluación anual del segundo trimestre del peso Chileno respecto al dólar (16,8%).
- ⇓ *Otros gastos no-operacionales:* en el 2T01, esta categoría totalizó Ch\$1.002 millones, un aumento contra Ch\$643 millones registrados en el 2T00. Este año, la Compañía registró una provisión de Ch\$456 millones por ajustes a valores de realización de activos fijos para la venta (principalmente 5 propiedades en Santiago, Chile). Además, debido al retroceso económico en Argentina y la decreciente demanda, la filial de la Compañía, Decker, redujo su estructura de costos a través de reducciones de personal y consecuentemente registró gastos extraordinarios de Ch\$110 millones por indemnizaciones.
- ⇓ *Gastos Financieros:* alcanzó a Ch\$5.398 millones en el 2T01, un aumento respecto de Ch\$4.963 millones registrados en el 2T00. La Compañía tiene una parte importante de su deuda financiera en dólares (US\$179 millones a Junio del 2001), y la devaluación del peso Chileno dio como resultado un aumento del total de gasto de interés.
- ⇑ *Otras utilidades no-operacionales:* alcanzó a Ch\$968 millones en el 2T01, mayor que los Ch\$67 millones registrados en el 2T00. En el 2T01, la Compañía tuvo una utilidad extraordinaria de Ch\$216 millones debido a ganancias por venta de activo fijo. Sin embargo, la Compañía vendió un interés adicional del 25% en Optel y la ganancia fue registrada en dólares en el 1T01. En el 2T01 y como consecuencia de la venta, la Compañía registró una ganancia extraordinaria de Ch\$363 millones.

Acumulado a la fecha Alcanzó una pérdida de Ch\$12.954 millones en el 2000, comparado con una pérdida de Ch\$14.796 millones registrada durante el 2001. El aumento en las pérdidas no-operacionales fue el resultado de mayores pérdidas por corrección monetaria (de Ch\$3.101 millones en el 1S00 a Ch\$6.545 millones en el 1S01) y un aumento en los gastos financieros (de Ch\$9.094 millones en el 1S00 a Ch\$10.375 millones en el 1S01). Estos aumentos fueron parcialmente compensados por una utilidad no operacional (de Ch\$119 millones en el 1S00 a Ch\$4.004 millones en el 1S01), reflejando la venta de 25% de interés en Optel durante el 1T01.

UTILIDAD NETA

2T La utilidad neta antes de impuestos en el 2T01 alcanzó Ch\$5.080 millones, contra una pérdida de Ch\$4.825 millones en el 2T00.

- En el 2T01, el impuesto neto alcanzó Ch\$1.819 millones; en contraste, la Compañía registró un crédito de impuesto de Ch\$166 millones en el 2T00.



- El interés minoritario de la Compañía refleja la participación de la pérdida/(utilidad) neta correspondiente a los accionistas minoritarios tanto en Alusa como en Optel. El interés minoritario de la Compañía totalizó Ch\$1.140 millones en el 2T01 contra un crédito en el 2T00 de Ch\$108 millones. En el 2000, Alusa registró una pérdida neta, y una participación minoritaria en Optel que alcanzó un 25%. Este año, Alusa tuvo una mayor pérdida neta; sin embargo, el interés minoritario aumentó por la creciente participación de Corning en Optel de 25% a 50% y la utilidad neta de Optel fue mayor que la del año pasado.

En conclusión, la pérdida neta de la Compañía después de impuestos en el 2T01 alcanzó Ch\$8.119 millones este periodo contra una pérdida de Ch\$4.546 millones el año pasado.

Acumulado a la fecha La pérdida neta antes de impuestos en el 2001 alcanzó a Ch\$3.759 millones, contra una pérdida de Ch\$10.337 millones en el 2000.

- Mientras el impuesto a la renta del 2001 alcanzó Ch\$3.745 millones, la Compañía registró un crédito de impuesto de Ch\$631 millones en el 2000.
- El interés minoritario de la Compañía alcanzó Ch\$77 millones en el 2000 contra Ch\$1.323 millones este año.

En conclusión, la pérdida neta de la Compañía antes de impuestos en el 2001 alcanzó Ch\$8.902 millones contra una pérdida neta de Ch\$9.774 millones el año pasado.

Conversión de Moneda Extranjera

Los ajustes acumulados de conversión de moneda extranjera resultaron de la adopción en 1998 del Boletín Técnico 64 y corresponde a diferencias netas entre cambios en el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y la devaluación o revaluación del peso Chileno contra el dólar de Estados Unidos que surge de inversiones extranjeras y pasivos relacionados, los cuales han sido designados como seguros.

2T A nivel patrimonio, el ajuste positivo de la conversión de moneda extranjera para la Compañía alcanzó a Ch\$6.041 millones en el 2T01, el cual compensó en gran parte el efecto de las pérdidas para el período (Ch\$8.119 millones).

Acumulado a la fecha Al nivel de patrimonio, el ajuste positivo de conversión de moneda extranjera alcanzó Ch\$10.958 millones para los primeros seis meses del 2001, el que más que compensó el efecto de las pérdidas (Ch\$8.902 millones).



ANALISIS DE LA UNIDAD DE NEGOCIOS

El análisis de las cuatro unidades de negocio de la Compañía se concentra en la comparación del desempeño para el segundo trimestre del presente año comparado con el año anterior. Las cifras para el segundo trimestre y los resultados acumulados al año son incluidos en los cuadros a continuación del texto.

En algunos casos, las comparaciones anuales de gastos de administración y ventas no son posibles, debido a un cambio en el criterio para la asignación de gastos corporativos. En el año 2000, la Compañía cargó gastos corporativos a las unidades de cables y tubos y planchas de Chile; en el 2001, estos gastos fueron asignados a las cuatro unidades de negocio.

CABLES

Las ventas consolidadas en el 2T01 fueron Ch\$64.238 millones, una sustancial mejora del 58,1% versus Ch\$40.627 millones en el 2T00. El aumento de las ventas refleja un crecimiento en las operaciones brasileñas así como también la consolidación en el 2001 de la operación de fibra óptica en Argentina. Además, la Compañía aprovechó su capacidad de producción en la región para maximizar las ventas de cables telefónicos de cobre en Brasil, capitalizando de esta forma la alta demanda (presente desde el año anterior).

El margen de explotación fue Ch\$10.975 millones en el 2T01 lo cual más que triplicó los Ch\$3.145 millones generados en el 2T00, reflejando un aumento en las ventas, un aumento en el nivel de productividad y un cambio en el mix de ventas hacia los productos de mayor valor agregado, específicamente cables telefónicos de cobre y fibra óptica.

Los gastos de administración y ventas aumentaron en el 2T01 debido principalmente a la consolidación de la operación de fibra óptica en Argentina, parcialmente compensada por menores servicios de terceros y la antes mencionada reasignación de costos corporativos. La utilidad operacional para la unidad de cables alcanzó a Ch\$5.600 millones, una dramática mejora contra una pérdida operacional de Ch\$387 millones en el 2T00; el margen operacional alcanzó 8,7% en el 2T01.

Brasil: Las ventas alcanzaron Ch\$23.086 millones, un aumento del 5,7% respecto de Ch\$21.842 millones obtenidos en el 2T00. El volumen de ventas aumentó un 32,6% versus el año pasado debido principalmente al crecimiento económico del país, lo que resultó en una mayor capacidad de inversión en los sectores de energía, telecomunicaciones e industrial. Específicamente, la Compañía tuvo un mayor volumen de ventas en cables de transmisión de poder y cables telefónicos de cobre así como también un tipo especial de cable flexible termo plástico de cobre.

Los costos de explotación aumentaron un 5,2%, de Ch\$19.951 millones en el 2T00 a Ch\$20.991 millones en el 2T01. El aumento de los costos de explotación fue menor que el aumento de la venta debido principalmente a menores costos de materia prima tanto para el cobre como para el aluminio. La margen de explotación aumentó un 10,8%, de Ch\$1.891 millones en el 2T00 a Ch\$2.095 millones en el 2T01.

Los gastos de administración y ventas aumentaron, tanto en términos absolutos (de Ch\$1.346 millones en el 2T00 a Ch\$1.510 millones en el 2T01) y como porcentaje de ventas netas. El aumento de los gastos de administración y ventas fue el resultado de pagos de multa



debido a demoras en la entrega de cable de cobre telefónico, parcialmente compensado por menores comisiones de venta (de 2,4% a 1,5% de ventas) y menores salarios debido a la devaluación del real Brasileño contra el dólar norteamericano. La utilidad operacional creció levemente, de Ch\$545 millones en el 2T00 a Ch\$585 millones en el 2T01.

Fibra Optica: Las ventas alcanzaron Ch\$21.516 millones, un aumento de más de 5 veces comparado con Ch\$3.758 millones obtenidos en el 2T00. La Compañía aumentó sus precios y su volumen de ventas de cable de fibra óptica fue más que triplicado debido a la consolidación en el 2001 de la operación en Argentina así como también el crecimiento de la operación Brasileña. En Brasil, las compañías telefónicas están expandiendo el uso de cables de fibra óptica al utilizarlas en sus líneas troncales de comunicación.

El aumento de 472,5% en las ventas contrarrestó el aumento del 374,1% en costos de explotación, resultando en un aumento en el margen de explotación, de Ch\$471 millones el año pasado a Ch\$5.931 millones este año. En la unidad de cable de fibra óptica, los costos fijos son relativamente altos. El creciente volumen de ventas dio como resultado una mayor absorción de los costos fijos y por tanto, menores costos unitarios. El efecto positivo del mayor volumen fue parcialmente compensado por un aumento en el costo de la materia prima, el costo de fibra óptica aumentó un 7,1% en términos del dólar estadounidense versus el año anterior. El margen bruto creció de 12,5% en el 2000 a 27,6% en el 2001.

Los gastos de administración y ventas aumentaron un 288,0%, de Ch\$459 millones en el 2T00 a Ch\$1.781 millones en el 2T01. El aumento en los gastos de administración y ventas resultó de una mayor dotación debido a la consolidación de la operación Argentina, parcialmente compensado por menores servicios a terceros. La utilidad operacional para la unidad de fibra óptica aumentó de Ch\$12 millones en el 2T00 a Ch\$4.150 millones en el 2T01.

Chile: Las ventas alcanzaron Ch\$10.466 millones, un aumento del 59,4% comparado con Ch\$6.564 millones obtenidos en el 2T00. El aumento de las ventas fue el resultado del crecimiento del volumen de un 55,1%, especialmente mayor ventas de exportación de alambro de cobre. En el mercado local, la Compañía ganó en Febrero una licitación por la venta de cables termoestables; las ventas por esta licitación deberían continuar hasta Septiembre. Las ventas de cables magnéticos también crecieron, debido a la mejora en la calidad del producto y los niveles de precios competitivos. El aumento de las ventas fue también la consecuencia de mejor coordinación y explotación de sinergias: Chile produjo cable telefónico de cobre y alambro de cobre para cumplir la demanda de la filial Brasileña así como también cables especiales termoestables de cobre para la industria minera Peruana. Por otra parte, las ventas de alambre desnudo y otras ventas de cobre termo-plástico disminuyeron porque la Compañía concentró sus esfuerzos en productos de mayor valor agregado; los precios de mercado tanto de alambre desnudo como de cables de cobre termo-plástico han disminuido como consecuencia del uso de subastas de compras vía Internet por parte de las compañías de distribución eléctrica.

Los costos de explotación aumentaron un 52,1% de Ch\$6.027 millones en el 2T00 a Ch\$9.166 millones en el 2T01. El aumento en los costos de explotación fue menor que el alza en las ventas debido principalmente a un aumento en los niveles de productividad, de 18,5 kgs/hora-hombre en el 2T00 a 19,8 en el 2T01. Por lo tanto, la margen de explotación creció un 142,1% de Ch\$537 millones en el 2T00 a Ch\$1.300 millones en el 2T01; por consiguiente el margen de explotación se elevó de 8,2% en el 2000 a 12,4% en el 2001.



Los gastos de administración y ventas disminuyeron, de Ch\$1.146 millones en el 2T00 a Ch\$678 millones este año. La disminución en los gastos de administración y ventas resultó de menores servicios a terceros (Ch\$188 millones), una disminución en otros gastos administrativos (Ch\$181 millones), y como se explicó previamente, una mejor asignación de gastos corporativos. El mejoramiento en la margen de explotación junto con una baja en los gastos de administración y ventas dieron como resultado un notable mejoramiento en la utilidad operacional, de una pérdida de Ch\$609 millones en el 2T00 a una ganancia de Ch\$622 millones este año.

Argentina: Las ventas alcanzaron Ch\$5.106 millones en el 2T01, representando un aumento del 19,3% comparado con Ch\$4.281 millones en el 2T00. El aumento de la venta reflejó principalmente la devaluación del peso Chileno (en moneda local Argentina, las ventas disminuyeron un 2,1%), un cambio en el mix de ventas por productos relativamente de mayor valor agregado, y un aumento del 9% en los precios de cable telefónico de cobre desde el punto de vista de la moneda local. La disminución del 10,6% en el volumen resultó de menores ventas de alambón de cobre debido a problemas de producción temporal, parcialmente compensado por mayor volumen de ventas de cables termoestables de aluminio termoestables y cables telefónicos de cobre. El crecimiento en los cables telefónicos de cobre fue el resultado de la concentración de compras de Telefónica Argentina, sus compras para el periodo 2000-2001 fueron hechas en el primer semestre del 2001.

En el 2T01, los costos de explotación permanecieron fijos contra el año pasado, en la moneda local Argentina los costos de explotación disminuyeron un 15,1% debido principalmente a menores precios de cobre. En términos del peso Chileno, el costo de materia prima como porcentaje de ventas disminuyó de 73,6% a 64,3% en el 2T01. La margen de explotación alcanzó Ch\$680 millones en el 2T01, un mejoramiento notable contra la pérdida bruta de Ch\$181 millones en el 2T00.

Los gastos de administración y ventas aumentaron un 92,6%, de Ch\$394 millones en el 2T00 a Ch\$759 millones en el 2001. Históricamente, los gastos de administración y ventas fueron asignados entre cables Argentinos y operaciones de tubos y planchas basadas en las ventas; en el 2001, la Compañía empezó a asignar los gastos de administración y ventas basado en una combinación de personal, ventas y capital de trabajo. Para el cuarto trimestre, la Compañía registró una pérdida operacional que totaliza Ch\$79 millones, un mejoramiento contra la pérdida de Ch\$575 millones en el 2T00.

Perú: Las ventas fueron Ch\$8.339 millones en el 2T01, un 21,5% más que los Ch\$6.861 millones obtenidos en el 2T00. El aumento de las ventas resultó de mayores ventas de exportación, principalmente alambón de cobre a Venezuela y cables telefónicos de cobre a Brasil, así como también un nuevo cliente de cable telefónico de cobre en Ecuador. El aumento en las ventas locales resultó de mayores precios de alambre interior de vivienda; la Compañía aumentó los precios para esta familia de productos en el 4T00. Además, la Compañía ganó la mayor parte de un remate de cable de aluminio termoestable de una de las compañías más grandes de distribución eléctrica en Perú. Estas ganancias fueron compensadas por una caída en la demanda local de cables telefónicos de cobre debido a reducidas inversiones telefónicas en Perú, la cual fue provocada por la situación económica e inestabilidad política del país.



El aumento del 21,5% en las ventas superó el aumento del 16,5% en costos de explotación y dio como resultado una margen de explotación de Ch\$1.192 millones en el 2T01, un aumento del 64,0% comparado con Ch\$727 millones en el 2T00. El aumento en la margen de explotación reflejó un aumento en la productividad (de 17,2 a 20,4 kgs/horas-hombre), una disminución en los costos de materia prima en la moneda local para el cobre (13,0%), PVC (10,7%) y aluminio (6,3%) así como también menores precios en alambón de cobre. El margen bruto disminuyó de 10,6% en el 2T00 a 14,3% en el 2T01.

Los gastos de administración y ventas aumentaron solamente a un 4,7%, de Ch\$531 millones en el 2T00 a Ch\$556 millones en el 2T01 debido a una disminución en costos subsecuente a la reestructuración. La utilidad operacional se triplicó contra el mismo periodo del año pasado, de Ch\$196 millones a Ch\$636 millones en el 2T01.

TUBOS Y PLANCHAS

Las ventas consolidadas en el 2T01 fueron Ch\$19.108 millones, representando un aumento del 11,9% contra Ch\$17.074 millones generados en el 2T00. El aumento de la venta refleja tanto mayores ventas de euro cospeles como los esfuerzos de la Compañía para sustituir la disminuida demanda local por exportaciones.

Los costos de explotación disminuyeron un 23,5% debido a problemas temporales de producción tanto en las operaciones de planchas (TB&P), barras y tuberías chilenas como en la unidad de monedas. Además, debido a los problemas de calidad con sus cospeles de Oro Nórdico, la Compañía incurrió en costos de re-procesamiento. Consecuentemente, el margen de explotación alcanzó a Ch\$1.736 millones en el 2T01, una disminución del 42,3% contra Ch\$3.010 millones en el 2T00.

Los gastos de administración y ventas cayeron un 10,0% como consecuencia de menores servicios a terceros y los esfuerzos de la Compañía para reducir los gastos generales. La utilidad operacional para la unidad de tubos y planchas alcanzó a Ch\$238 millones, una baja contra Ch\$1.344 millones en el 2T00.

Chile-TB&P: Las ventas aumentaron un 2,1%, de Ch\$12.651 millones en el 2T00 a Ch\$12.914 millones en el 2T01 como resultado de un cambio en el mix de ventas (una mayor parte de productos de mayor precio) parcialmente compensado por menor volumen de ventas (6,2%). La disminución de volumen resultó de la implementación en el 1T01 del sistema ERP de la Compañía, el cual creó temporalmente problemas de coordinación entre las áreas comercial y de producción. El mal funcionamiento en la implementación de ERP también dio como resultado algunas demoras en las ventas de exportación, a su vez el volumen de exportaciones en el segundo trimestre creció un 24,1% contra el año pasado; específicamente, la Compañía aumentó las ventas de planchas de cobre y tubos a Estados Unidos y países Latino Americanos. La Compañía también ha hecho esfuerzos para mejorar el servicio y está dedicando esfuerzos para desarrollar, estrechas relaciones de largo plazo con cada uno de nuestros clientes.

Los costos de explotación aumentaron un 12,1%, de Ch\$10.215 millones en el 2T00 a Ch\$11.452 millones en el 2T01 debido a una disminución en la productividad, de 37,8 a 36,2 kgs/horas-hombre. La Compañía decidió en el 1T01 aumentar la capacidad de producción de barras y tuberías de cobre debido a la alta demanda sin embargo la puesta en marcha del nuevo equipo se atrasó, afectando negativamente los niveles de productividad de la Compañía. Además, los costos de materia prima aumentaron ya que la disminución de los precios del



cobre LME no fue suficiente para compensar la devaluación del peso Chileno contra el dólar EEUU. La margen de explotación disminuyó consecuentemente un 40,0% de Ch\$2.436 millones en el 2T00 a Ch\$1.462 millones en el 2T01.

La Compañía disminuyó los gastos de administración y ventas de Ch\$1.055 millones a Ch\$629 millones en el 2T01 debido a menores servicios a terceros (Ch\$188 millones) y otros gastos menores de administración y ventas (h\$249 millones). La utilidad operacional cayó, alcanzando Ch\$833 millones en el 2T01 contra Ch\$1.381 millones en el 2T00.

Argentina-TB&P: Las ventas alcanzaron a Ch\$3.125 millones en el 2T01, disminuyendo un 4,3% contra Ch\$3.267 millones en el 2T00 (en moneda local Argentina, las ventas disminuyeron un 18,1%). El volumen de ventas creció un 7,4% sin embargo los precios promedios bajaron debido a una menor participación de las tuberías de cobre en las ventas. El aumento del volumen refleja mayores exportaciones de planchas de latón a Estados Unidos, parcialmente compensado por menores ventas de tuberías de cobre en el mercado local. La disminución en las ventas de tuberías de cobre resultó de problemas logísticos causados por la implementación del sistema ERP en Chile.

Los costos de explotación disminuyeron un 1,3%, de Ch\$3.255 millones en el 2T00 a Ch\$3.213 millones en el 2T01. En moneda local, los costos de explotación disminuyeron un 15,5% debido principalmente a un alza en los niveles de productividad, de 27,7 a 36,8 kgs/horas-hombre. Sin embargo, debido a la baja en las ventas de la unidad, la pérdida de explotación para el 2T01 alcanzó Ch\$88 millones, contra una utilidad de explotación de Ch\$12 millones en el 2T00.

Los gastos de administración y ventas disminuyeron un 8,8%, de Ch\$605 millones en el 2T01 a Ch\$552 millones en 2T00. Históricamente, los gastos de administración y ventas fueron asignados entre cables y operaciones de tubos y planchas en Argentina basado en las ventas; en el 2001, la Compañía empezó a asignar los gastos de administración y ventas basados en una combinación de dotación, ventas y capital de explotación. La pérdida operacional para el 2T01 totalizó Ch\$640 millones contra una pérdida de Ch\$593 millones registrados en el 2T00.

Unidad de Monedas: Las ventas aumentaron un 19,0%, de Ch\$3.336 millones en el 2T00 a Ch\$3.970 millones en el 2T01, reflejando un cambio en el mix de ventas (la mayor parte de los productos con precios altos) junto con un aumento del 5,1% en el volumen. El creciente volumen incluyó mayores ventas de desechos (144 tons) y euro cospeles (398 tons), parcialmente compensado por el disminuido volumen de cospeles de bronce. Además, las ventas aumentaron debido a un cambio en las condiciones de venta, de FOB a CIF.

El aumento en los costos de explotación (34,1%) sobrepasó el crecimiento de la venta, y dio como resultado una baja del 37,8% en la margen de explotación, de Ch\$699 millones en el 2T00 a Ch\$435 millones en el 2T01. Los costos de explotación crecieron debido a menores niveles de productividad así como también a los costos de reprocesamiento asociados con las devoluciones de cospeles euro, los cuales a su vez reflejaron problemas de calidad en la producción de aleación de Oro Nórdico. En el 2000, debido a la alta demanda de cospeles euro y al cuello de botella de los procesos de producción de laminación, se utilizó la capacidad disponible de las fundiciones de Tubos, Barras y Planchas tanto en Chile como en Argentina. Como consecuencia de la mayor complejidad técnica de la aleación de Oro Nórdico comparado con las aleaciones de cobre o latón, se originó tanto un aumento en los niveles de desechos y problemas de calidad. En el 2T01, la Compañía volvió a concentrar la producción en la planta de cospeles y esta haciendo los cambios necesarios para asegurar una mejora en la calidad de los productos.



Los gastos de administración y ventas crecieron un 74,3% de Ch\$144 millones en el 2T00 a Ch\$251 millones en el 2T01. El aumento fue el resultado de mayores comisiones por ventas, un aumento en derechos aduaneros y pagos por multas debido a problemas de calidad. La utilidad operacional disminuyó un 66,8%, de Ch\$555 millones en el 2T00 a Ch\$184 millones en el 2T01.

ENVASES

Las ventas alcanzaron Ch\$11.186 millones en el 2T01, reflejando un aumento del 4,8% comparado con Ch\$10.675 millones registrados en el 2T00. El crecimiento de la venta refleja mayores ventas en la unidad Argentina, parcialmente compensado por menores ventas netas en Chile.

Los costos de explotación aumentaron un 16,3% debido en gran parte a la menor productividad de Chile resultante de los problemas encontrados con la fusión de la planta. El margen de explotación cayó un 77,7% y alcanzó Ch\$291 millones en el 2T01 contra Ch\$1.305 millones en el 2T00.

Los gastos de administración y ventas de la unidad aumentaron de Ch\$786 millones a Ch\$904 millones principalmente debido a mayores costos en Argentina. La pérdida operacional en el 2T01 alcanzó Ch\$613 millones, contra una ganancia operacional de Ch\$520 millones obtenidos en el 2T00.

Chile: El total de ventas para el 2T01 fue Ch\$6.466 millones, una disminución de 7,6% contra Ch\$6.999 millones en el 2T00, explicados por una disminución de 7,8% en el volumen de ventas, parcialmente compensado por un leve aumento en los precios promedios. La reducción de volumen resultó tanto por ventas de supermercado estancadas así como también por una leve pérdida en la participación de mercado. Cada año (en Julio), las compañías multinacionales y locales de productos de consumo invitan a los productores de envases flexibles a participar en sus licitaciones anuales de compra. La cantidad asignada a cada productor depende de diferentes factores tales como precio, calidad del producto y servicio. En Julio del 2000, la Compañía perdió una parte del volumen asignado en forma histórica; sin embargo, en Julio del 2001 los esfuerzos de la Compañía para mejorar la calidad del servicio y del producto dio como resultado una recuperación de su volumen asignado a niveles históricos.

Los costos de explotación aumentaron un 10,6% debido principalmente a la fusión de la planta, lo que resultó en un aumento en los niveles de desechos y una baja en la productividad; la Compañía ha contratado recientemente un consultor externo para mejorar el rendimiento de la planta. La Compañía registró también una provisión por obsolescencia de existencias (Ch\$321 millones). Adicionalmente, la Compañía eliminó las ventas de tatuajes y stickers promocionales, los cuales habían creado problemas debido a sus complejidades técnicas. La margen de explotación disminuyó de una ganancia de Ch\$982 millones en el 2T00 a Ch\$191 millones en el 2T01.

La Compañía redujo los gastos de administración y ventas de 14,5%, de Ch\$496 millones en el 2T00 a Ch\$424 millones, la consecuencia de una reducción de personal después de la fusión de la planta así como también menores comisiones por ventas, parcialmente compensado por mayores incobrables. La utilidad operacional disminuyó de una ganancia de Ch\$486 millones en el 2T00 a una pérdida de Ch\$615 millones en el 2T01.

Argentina: En términos de peso Chileno, las ventas aumentaron un 28,4%, de Ch\$3.676 millones en el 2T00 a Ch\$4.721 millones en el 2T01 debido a un aumento en los precios promedios y un aumento del 21,0% en el volumen de ventas; sin embargo, en moneda



local Argentina, las ventas aumentaron un 10,0% debido a un alza en el volumen, parcialmente compensado por una reducción de precios. Como consecuencia de las inestables condiciones económicas del país, las compañías multinacionales de productos de consumo están cambiando sus políticas de compras, poniendo menos importancia en los niveles de compra y tomando en consideración la estabilidad financiera del fabricante de envases para asegurar la entrega de las ordenes.

Los costos de explotación ascendieron un 26.4%, de Ch\$3.353 millones a Ch\$4.239 millones en el 2T01 (en moneda local Argentina, los costos de explotación aumentaron un 8,3%). El aumento de los costos de explotación fue menor que el crecimiento de las ventas debido a la mayor productividad de la Compañía, una consecuencia de menores tiempos entre pedidos. El margen de explotación creció de Ch\$323 millones en el 2T00 a Ch\$482 millones en el 2T01.

Los gastos de administración y ventas aumentaron un 45,3%, de Ch\$289 millones a Ch\$420 millones en el 2T01 (en moneda local Argentina, los gastos de administración y ventas aumentaron un 24,4%). El crecimiento de los gastos de administración y ventas fue la consecuencia de mayores incobrables (Ch\$275 millones), la economía depresiva en Argentina, así como también gastos de reestructuración (Ch\$120 millones). La utilidad operacional aumentó de Ch\$33 millones en el 2T00 a Ch\$62 millones en el 2T01.

PERFILES DE ALUMINIO

Las ventas alcanzaron Ch\$7.068 millones en el 2T01, un aumento del 37,5% comparado con Ch\$5.141 millones obtenidos en el 2T00 debido principalmente a mayor actividad en las ventas de muros cortina. Los costos de explotación aumentaron un 69,1%, sobrepasando el crecimiento de la venta y dando como resultado un margen de explotación de Ch\$1.026 millones en el 2T01, una disminución del 34,6% contra Ch\$1.568 millones en el 2T00.

Los gastos de administración y ventas cayeron un 4,5% (de Ch\$1.120 millones en el 2T00 a Ch\$1.069 millones en el 2T01) debido a menores gastos en Perú así como también menores costos de su distribuidor de perfiles de aluminio, Alumco. La pérdida operacional alcanzó Ch\$43 millones en el 2T01, una disminución contra Ch\$448 millones de utilidad operacional obtenida en el 2T00.

Perfiles de Aluminio: Las ventas netas aumentaron un 19,4%, de Ch\$4.905 millones en el 2T00 a Ch\$5.855 millones en el 2T01, debido a un aumento del 13,4% en el volumen de ventas así como también un aumento del 7,4% en los precios promedios. Además, la Compañía transfirió aumentos en los costos de materia prima a los precios de productos. El crecimiento del volumen resultó de las ganancias de participación de mercado, de un 63% estimado en el 2T00 a 72% en el 2T01, debido a cambios en la estrategia comercial de la Compañía y mejores relaciones con los distribuidores.

Los costos de explotación aumentaron un 24,8%, de Ch\$3.737 millones en el 2T00 a Ch\$4.664 millones, debido principalmente a un aumento en los costos de materia prima (a pesar que el precio del aluminio LME disminuyó un 2%, la devaluación del peso Chileno resultó en un aumento del 7,8% en los costos anuales de aluminio). Adicionalmente, el nuevo programa de consignación comercial de la Compañía resultó en mayores cargos por sobretiempo para crear niveles de existencia suficientes para sus clientes. Mientras el monto de la margen de explotación anual no cambió (de Ch\$1.168 millones en el 2T00 a Ch\$1.191 millones en el 2T01), el margen bruto disminuyó de 23,8% a 20,3%.



Los gastos de administración y ventas cayeron un 2,6% como consecuencia del cierre de la oficina de ventas de Perú y dos sucursales en el sur de Chile; estas reducciones fueron parcialmente compensadas por mayores provisiones de incobrables. La utilidad operacional aumentó un 14,6%, de Ch\$309 millones en el 2T00 a Ch\$354 millones en el 2T01.

Muros Cortina: Las ventas netas aumentaron de Ch\$236 millones a Ch\$1.213 millones en el 2T01, reflejando mayores ventas del proyecto Uruguay así como también un aumento en la actividad chilena debido a la iniciación de nuevos proyectos de edificación.

La Compañía registró un crédito de costos de explotación de Ch\$163 millones en el 2T00 contra un cargo de Ch\$1.378 millones en el 2T01. En el 2T00, la Compañía reversó una sobreestimación de provisiones por castigos en demora (Ch\$334 millones). En el 2T01, los costos de explotación incluyeron en gran parte costos del proyecto Uruguayo. Por lo tanto, la margen de explotación fue una pérdida de Ch\$165 millones en el 2T01 contra una ganancia de Ch\$399 millones en el 2T00.

Los gastos de administración y ventas disminuyeron un 11,1% de Ch\$261 millones a Ch\$232 millones en el 2T01 debido principalmente a reducciones de personal en el proyecto Uruguay. La pérdida operacional fue Ch\$397 millones en el 2T01 contra una utilidad operacional de Ch\$138 millones en el 2T00.

Análisis del Balance (Cuadro 7)

Activos

El total de activos de la Compañía al 30 de Junio del 2001, fue Ch\$455.115 millones, un aumento del 7,2% comparado con Ch\$424.535 millones al 30 de Junio del 2000. Las principales diferencias son:

- ↑ *Los activos circulantes* aumentaron a Ch\$28.962 millones comparado con el año pasado debido a mayores gastos prepagados y otros activos circulantes (+Ch\$8.139 millones), existencias (+Ch\$14.485 millones) y cuentas por cobrar (+Ch\$8.043 millones), parcialmente compensado por menores impuestos por cobrar (-Ch\$2.143 millones).
- ↑ *Los activos fijos* aumentaron Ch\$8.251 millones comparado con Junio del 2000 debido principalmente a fluctuaciones en la tasa de cambio.
- ↑ La disminución en *Otros activos* alcanzó Ch\$6.634 millones comparado con Junio del 2000 debido a otros activos menores (-Ch\$3.579 millones) y una disminución en menor valor de inversión (-Ch\$3.619 millones).



Pasivos

El total de pasivos de la Compañía al 30 de Junio del 2001 fue Ch\$278.767 millones, un aumento del 7,2% comparado con Ch\$252.229 millones al 30 de Junio del 2000. Las principales diferencias son:

- ↑ *Pasivos circulantes* aumentaron a Ch\$20.140 millones contra Junio del 2000 debido a fluctuaciones del tipo de cambio, aumentos principalmente en préstamos bancarios (+Ch\$16.119 millones) y documentos y cuentas por cobrar (+Ch\$9,826 millones), parcialmente compensado por una reducción en la utilidad diferida (-Ch\$3.013 millones).
- ↓ *Pasivos a largo plazo* aumentaron a Ch\$6.398 millones comparado con Junio del 2000, debido principalmente a un aumento en la deuda bancaria a largo plazo y otras deudas (+Ch\$9.364 millones).

Patrimonio

El Patrimonio total de los accionistas de la Compañía al 30 de Junio del 2001, fue Ch\$159.551 millones, comparado con Ch\$159.625 millones al 30 de Junio del 2000. Las principales diferencias son:

- ↑ *Las reservas* aumentaron Ch\$15.980 millones como resultado del ajuste positivo de conversión de moneda extranjera de Ch\$10.958 millones registrados en el 2001.
- ↓ *Las utilidades retenidas* disminuyeron a Ch\$16.143 millones debido a pérdidas en el año 2001.

Madeco, formalmente Manufacturas de Cobre MADECO S.A., fue incorporada en el año 1944 como una sociedad anónima abierta bajo las leyes de la República de Chile, actualmente posee operaciones en Chile, Argentina, Brasil y Perú. Madeco es un líder Latinoamericano en las manufacturas de productos terminados y semi-elaborados de cobre, aleaciones de cobre y aluminio. La Compañía es además líder en la producción de envases flexibles usados en el envoltorio de productos de consumos masivo tales como alimentos, confites y cosméticos.

Los lectores estan advertidos de no tener excesiva confianza en las declaraciones a futuro incluidas en el texto anterior, ya que las cuales se basan en el presente día. La Compañía no tiene obligación alguna de declarar públicamente los resultados de revisiones de esas declaraciones sobre el futuro, las cuales pueden ser hechas para reflejar eventos o circunstancias despues de este día, incluyendo, sin limitación, cambios en la estrategia de la compañía o en los gastos de capital, o para reflejar la ocurrencia de eventos no anticipados.



Exhibit 1: Consolidated Income Statement (Second Quarter)

| | Ch\$ millions | | US\$ millions (1) | | % Change |
|---|----------------|-----------------|-------------------|---------------|---------------|
| | 2Q00 | 2Q01 | 2Q00 | 2Q01 | |
| Revenues | 73,517 | 101,600 | 116.9 | 161.5 | 38.2% |
| COGS | (64,489) | (87,572) | (102.5) | (139.2) | 35.8% |
| Gross Income | 9,027 | 14,029 | 14.4 | 22.3 | 55.4% |
| <i>Gross Margin</i> | <i>12.3%</i> | <i>13.8%</i> | <i>12.3%</i> | <i>13.8%</i> | <i>12.4%</i> |
| SG&A | (7,102) | (8,847) | (11.3) | (14.1) | 24.6% |
| <i>% sales</i> | <i>9.7%</i> | <i>8.7%</i> | <i>9.7%</i> | <i>8.7%</i> | <i>-9.9%</i> |
| Operating Income | 1,926 | 5,182 | 3.1 | 8.2 | 169.1% |
| <i>Operating Margin</i> | <i>2.6%</i> | <i>5.1%</i> | <i>2.6%</i> | <i>5.1%</i> | <i>94.7%</i> |
| Financial Income | 511 | 328 | 0.8 | 0.5 | -35.9% |
| Financial Expenses | (4,963) | (5,398) | (7.9) | (8.6) | 8.8% |
| Positive Goodwill Amortization | (569) | (883) | (0.9) | (1.4) | 55.1% |
| Equity in Earning (Losses) of Related Companies | 53 | (16) | 0.1 | (0.0) | N/A |
| Other non-Operating Incomes | 67 | 968 | 0.1 | 1.5 | 1353.5% |
| Other non-Operating Expenses | (643) | (1,002) | (1.0) | (1.6) | 55.9% |
| Price-level Restatements | (1,207) | (4,258) | (1.9) | (6.8) | 252.8% |
| Non-Operating Results | (6,751) | (10,262) | (10.7) | (16.3) | 52.0% |
| Income (Loss) Before Income Taxes | (4,825) | (5,080) | (7.7) | (8.1) | 5.3% |
| Income Tax | 166 | (1,819) | 0.3 | (2.9) | N/A |
| Extraordinary Items | - | (85) | 0.0 | (0.1) | N/A |
| Minority Interest | 108 | (1,140) | 0.2 | (1.8) | N/A |
| Negative Goodwill Amortization | 5 | 5 | 0.0 | 0.0 | 7.7% |
| Net Income (Loss) | (4,546) | (8,119) | (7.2) | (12.9) | 78.6% |

Exhibit 2: Consolidated Income Statement (Six Months Ended June 30)

| | Ch\$ millions | | US\$ millions (1) | | % Change |
|---|-----------------|-----------------|-------------------|---------------|---------------|
| | YTD June 00 | YTD June 01 | YTD June 00 | YTD June 01 | |
| Revenues | 142,259 | 190,969 | 226.2 | 303.6 | 34.2% |
| COGS | (125,385) | (163,714) | (199.3) | (260.3) | 30.6% |
| Gross Income | 16,874 | 27,255 | 26.8 | 43.3 | 61.5% |
| <i>Gross Margin</i> | <i>11.9%</i> | <i>14.3%</i> | <i>11.9%</i> | <i>14.3%</i> | <i>20.3%</i> |
| SG&A | (14,257) | (16,219) | (22.7) | (25.8) | 13.8% |
| <i>% sales</i> | <i>10.0%</i> | <i>8.5%</i> | <i>10.0%</i> | <i>8.5%</i> | <i>-15.3%</i> |
| Operating Income | 2,617 | 11,036 | 4.2 | 17.5 | 321.7% |
| <i>Operating Margin</i> | <i>1.8%</i> | <i>5.8%</i> | <i>1.8%</i> | <i>5.8%</i> | <i>214.1%</i> |
| Financial Income | 1,033 | 839 | 1.6 | 1.3 | -18.8% |
| Financial Expenses | (9,094) | (10,375) | (14.5) | (16.5) | 14.1% |
| Positive Goodwill Amortization | (1,086) | (1,349) | (1.7) | (2.1) | 24.2% |
| Equity in Earning (Losses) of Related Companies | 139 | (179) | 0.2 | (0.3) | N/A |
| Other non-Operating Incomes | 119 | 4,004 | 0.2 | 6.4 | 3260.6% |
| Other non-Operating Expenses | (965) | (1,191) | (1.5) | (1.9) | 23.4% |
| Price-level Restatements | (3,101) | (6,545) | (4.9) | (10.4) | 111.1% |
| Non-Operating Results | (12,954) | (14,796) | (20.6) | (23.5) | 14.2% |
| Income (Loss) Before Income Taxes | (10,337) | (3,759) | (16.4) | (6.0) | -63.6% |
| Income Tax | 631 | (3,745) | 1.0 | (6.0) | N/A |
| Extraordinary Items | - | (85) | 0.0 | (0.1) | N/A |
| Minority Interest | (77) | (1,323) | (0.1) | (2.1) | 1609.6% |
| Negative Goodwill Amortization | 9 | 10 | 0.0 | 0.0 | 8.1% |
| Net Income (Loss) | (9,774) | (8,902) | (15.5) | (14.2) | -8.9% |



Exhibit 3: Operating Results by Business Unit (Second Quarter)

| Second Quarter 2000 | Wire and Cable | Brass Mills | Flexible Packaging | Aluminum Profiles | Total |
|---------------------------|-------------------|--------------|-----------------------|----------------------|--------------|
| Revenues | 40,627 | 17,074 | 10,675 | 5,141 | 73,517 |
| COGS | (37,482) | (14,064) | (9,370) | (3,573) | (64,489) |
| Gross Income | 3,145 | 3,010 | 1,305 | 1,568 | 9,027 |
| <i>Gross Margin</i> | 7.7% | 17.6% | 12.2% | 30.5% | 12.3% |
| SG&A | (3,532) | (1,666) | (786) | (1,120) | (7,102) |
| <i>% sales</i> | 8.7% | 9.8% | 7.4% | 21.8% | 9.7% |
| Operating Income | (387) | 1,344 | 520 | 448 | 1,926 |
| <i>Operating Margin</i> | -1.0% | 7.9% | 4.9% | 8.7% | 2.6% |
| EBITDA | 1,317 | 2,228 | 1,197 | 631 | 5,373 |
| Segment Contribution | | | | | |
| <i>% Revenues</i> | 55.3% | 23.2% | 14.5% | 7.0% | 100.0% |
| <i>% Operating Income</i> | -20.1% | 69.8% | 27.0% | 23.3% | 100.0% |

| Second Quarter 2001 | Wire and Cable | Brass Mills | Flexible Packaging | Aluminum Profiles | Total |
|---------------------------|-------------------|--------------|-----------------------|----------------------|---------------|
| Revenues | 64,238 | 19,108 | 11,186 | 7,068 | 101,600 |
| COGS | (53,263) | (17,372) | (10,895) | (6,042) | (87,572) |
| Gross Income | 10,975 | 1,736 | 291 | 1,026 | 14,029 |
| <i>Gross Margin</i> | 17.1% | 9.1% | 2.6% | 14.5% | 13.8% |
| SG&A | (5,375) | (1,498) | (904) | (1,069) | (8,847) |
| <i>% sales</i> | 8.4% | 7.8% | 8.1% | 15.1% | 8.7% |
| Operating Income | 5,600 | 238 | (613) | (43) | 5,182 |
| <i>Operating Margin</i> | 8.7% | 1.2% | -5.5% | -0.6% | 5.1% |
| EBITDA | 7,411 | 1,070 | 19 | 136 | 8,636 |
| Segment Contribution | | | | | |
| <i>% Revenues</i> | 63.2% | 18.8% | 11.0% | 7.0% | 100.0% |
| <i>% Operating Income</i> | 108.1% | 4.6% | -11.8% | -0.8% | 100.0% |

| 2000 versus 2001 % change | Wire and Cable | Brass Mills | Flexible Packaging | Aluminum Profiles | Total |
|------------------------------|-------------------|---------------|-----------------------|----------------------|---------------|
| Revenues | 58.1% | 11.9% | 4.8% | 37.5% | 38.2% |
| COGS | 42.1% | 23.5% | 16.3% | 69.1% | 35.8% |
| Gross Income | 249.0% | -42.3% | -77.7% | -34.6% | 55.4% |
| SG&A | 52.2% | -10.0% | 15.1% | -4.5% | 24.6% |
| Operating Income | n/a | -82.3% | n/a | n/a | 169.1% |
| EBITDA | 462.7% | -52.0% | -98.4% | -78.4% | 60.7% |



Exhibit 4: Operating Results by Business Unit (six month ended June 30)

| YTD 2000 | Wire and Cable | Brass Mills | Flexible Packaging | Aluminum Profiles | Total |
|---------------------------|-------------------|--------------|-----------------------|----------------------|---------------|
| Revenues | 75,841 | 33,489 | 21,867 | 11,061 | 142,259 |
| COGS | (70,213) | (28,305) | (18,684) | (8,181) | (125,385) |
| Gross Income | 5,628 | 5,184 | 3,183 | 2,880 | 16,874 |
| <i>Gross Margin</i> | 7.4% | 15.5% | 14.6% | 26.0% | 11.9% |
| SG&A | (7,290) | (3,224) | (1,557) | (2,187) | (14,257) |
| <i>% sales</i> | 9.6% | 9.6% | 7.1% | 19.8% | 10.0% |
| Operating Income | (1,662) | 1,960 | 1,626 | 693 | 2,617 |
| <i>Operating Margin</i> | -2.2% | 5.9% | 7.4% | 6.3% | 1.8% |
| EBITDA | 1,757 | 3,660 | 2,937 | 1,060 | 9,414 |
| Segment Contribution | | | | | |
| <i>% Revenues</i> | 53.3% | 23.5% | 15.4% | 7.8% | 100.0% |
| <i>% Operating Income</i> | -63.5% | 74.9% | 62.1% | 26.5% | 100.0% |

| YTD 2001 | Wire and Cable | Brass Mills | Flexible Packaging | Aluminum Profiles | Total |
|---------------------------|-------------------|--------------|-----------------------|----------------------|---------------|
| Revenues | 118,040 | 37,260 | 21,318 | 14,351 | 190,969 |
| COGS | (98,449) | (32,886) | (20,154) | (12,226) | (163,714) |
| Gross Income | 19,591 | 4,374 | 1,164 | 2,125 | 27,255 |
| <i>Gross Margin</i> | 16.6% | 11.7% | 5.5% | 14.8% | 14.3% |
| SG&A | (9,404) | (3,139) | (1,653) | (2,022) | (16,219) |
| <i>% sales</i> | 8.0% | 8.4% | 7.8% | 14.1% | 8.5% |
| Operating Income | 10,187 | 1,235 | (489) | 103 | 11,036 |
| <i>Operating Margin</i> | 8.6% | 3.3% | -2.3% | 0.7% | 5.8% |
| EBITDA | 13,742 | 2,863 | 766 | 459 | 17,830 |
| Segment Contribution | | | | | |
| <i>% Revenues</i> | 61.8% | 19.5% | 11.2% | 7.5% | 100.0% |
| <i>% Operating Income</i> | 92.3% | 11.2% | -4.4% | 0.9% | 100.0% |

| 2000 versus 2001 % change | Wire and Cable | Brass Mills | Flexible Packaging | Aluminum Profiles | Total |
|------------------------------|-------------------|---------------|-----------------------|----------------------|---------------|
| Revenues | 55.6% | 11.3% | -2.5% | 29.7% | 34.2% |
| COGS | 40.2% | 16.2% | 7.9% | 49.4% | 30.6% |
| Gross Income | 248.1% | -15.6% | -63.4% | -26.2% | 61.5% |
| SG&A | 29.0% | -2.6% | 6.2% | -7.5% | 13.8% |
| Operating Income | n/a | -37.0% | n/a | -85.1% | 321.7% |
| EBITDA | 682.1% | -21.8% | -73.9% | -56.7% | 89.4% |



Exhibit 5: Operating Results by Business Unit and Country (Second Quarter)

| | <u>Second Quarter 2000</u> | | | | | | | <u>Second Quarter 2001</u> | | | | | | |
|-------------------------|----------------------------|----------|------------------|-----------|---------|---------|-------------------|----------------------------|----------|------------------|-----------|---------|---------|-------------------|
| | Chile | Brazil | Optical Fiber | Argentina | Peru | Interco | Wire and Cable | Chile | Brazil | Optical Fiber | Argentina | Peru | Interco | Wire and Cable |
| <i>Volume</i> | | | | | | | | | | | | | | |
| Tons | 4,470 | 10,559 | 0 | 2,447 | 5,014 | (2,000) | 20,491 | 6,932 | 14,000 | 0 | 2,188 | 4,977 | (2,646) | 25,451 |
| Kms. | 2,705 | 0 | 90,806 | 0 | 0 | (7,293) | 86,218 | 0 | 0 | 312,890 | 0 | 0 | 0 | 312,890 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | | | | | | | | | | | |
| Revenues | 6,564 | 21,842 | 3,758 | 4,281 | 6,861 | (2,679) | 40,627 | 10,466 | 23,086 | 21,516 | 5,106 | 8,339 | (4,275) | 64,238 |
| COGS | (6,027) | (19,951) | (3,287) | (4,462) | (6,134) | 2,379 | (37,482) | (9,166) | (20,991) | (15,585) | (4,426) | (7,147) | 4,052 | (53,263) |
| Gross Income | 537 | 1,891 | 471 | (181) | 727 | (300) | 3,145 | 1,300 | 2,095 | 5,931 | 680 | 1,192 | (223) | 10,975 |
| <i>Gross Margin</i> | 8.2% | 8.7% | 12.5% | -4.2% | 10.6% | | 7.7% | 12.4% | 9.1% | 27.6% | 13.3% | 14.3% | | 17.1% |
| SG&A | (1,146) | (1,346) | (459) | (394) | (531) | 344 | (3,532) | (678) | (1,510) | (1,781) | (759) | (556) | (92) | (5,375) |
| Operating Income | (609) | 545 | 12 | (575) | 196 | 44 | (387) | 622 | 585 | 4,150 | (79) | 636 | (315) | 5,600 |
| <i>Operating Margin</i> | -9.3% | 2.5% | 0.3% | -13.4% | 2.9% | | -1.0% | 5.9% | 2.5% | 19.3% | -1.5% | 7.6% | | 8.7% |
| EBITDA | (244) | 1,440 | 12 | (329) | 393 | 44 | 1,317 | 965 | 1,561 | 4,227 | 169 | 909 | (421) | 7,410 |
| Headcount | 346 | 954 | 50 | 142 | 241 | | 1,733 | 450 | 891 | 98 | 187 | 240 | | 1,866 |

| | Chile | Argentina | Coin | Interco | Brass Mills |
|-------------------------|----------|-----------|---------|---------|-------------|
| <i>Volume (tons)</i> | 8,393 | 1,596 | 1,403 | (1,638) | 9,754 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | | |
| Revenues | 12,651 | 3,267 | 3,336 | (2,180) | 17,074 |
| COGS | (10,215) | (3,255) | (2,637) | 2,041 | (14,064) |
| Gross Income | 2,436 | 12 | 699 | (139) | 3,010 |
| <i>Gross Margin</i> | 19.3% | 0.4% | 21.0% | | 17.6% |
| SG&A | (1,055) | (605) | (144) | 138 | (1,666) |
| Operating Income | 1,381 | (593) | 555 | (1) | 1,344 |
| <i>Operating Margin</i> | 10.9% | -18.1% | 16.6% | | 7.9% |
| EBITDA | 1,876 | (329) | 679 | 1 | 2,228 |
| Headcount | 467 | 158 | 225 | | 850 |

| | Chile | Argentina | Coin | Interco | Brass Mills |
|-------------------------|----------|-----------|---------|---------|-------------|
| <i>Volume (tons)</i> | 7,870 | 1,714 | 1,474 | (421) | 10,637 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | | |
| Revenues | 12,914 | 3,125 | 3,970 | (901) | 19,108 |
| COGS | (11,452) | (3,213) | (3,535) | 829 | (17,372) |
| Gross Income | 1,462 | (88) | 435 | (72) | 1,736 |
| <i>Gross Margin</i> | 11.3% | -2.8% | 11.0% | | 9.1% |
| SG&A | (629) | (552) | (251) | (66) | (1,498) |
| Operating Income | 833 | (640) | 184 | (138) | 238 |
| <i>Operating Margin</i> | 6.4% | -20.5% | 4.6% | | 1.2% |
| EBITDA | 1,307 | (377) | 312 | (172) | 1,070 |
| Headcount | 449 | 151 | 223 | | 823 |

| | Chile | Argentina | Interco | Flexible Packaging |
|-------------------------|---------|-----------|---------|-----------------------|
| <i>Volume (tons)</i> | 2,659 | 1,031 | 0 | 3,690 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | |
| Revenues | 6,999 | 3,676 | 1 | 10,675 |
| COGS | (6,017) | (3,353) | 0 | (9,370) |
| Gross Income | 982 | 323 | 1 | 1,305 |
| <i>Gross Margin</i> | 14.0% | 8.8% | | 12.2% |
| SG&A | (496) | (289) | 0 | (786) |
| Operating Income | 486 | 33 | 1 | 520 |
| <i>Operating Margin</i> | 6.9% | 0.9% | | 4.9% |
| EBITDA | 935 | 262 | 1 | 1,197 |
| Headcount | 535 | 174 | | 709 |

| | Chile | Argentina | Interco | Flexible Packaging |
|-------------------------|---------|-----------|---------|-----------------------|
| <i>Volume (tons)</i> | 2,451 | 1,247 | 0 | 3,698 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | |
| Revenues | 6,466 | 4,721 | (1) | 11,186 |
| COGS | (6,657) | (4,239) | 1 | (10,895) |
| Gross Income | (191) | 482 | 0 | 291 |
| <i>Gross Margin</i> | -3.0% | 10.2% | | 2.6% |
| SG&A | (424) | (420) | (60) | (904) |
| Operating Income | (615) | 62 | (60) | (613) |
| <i>Operating Margin</i> | -9.5% | 1.3% | | -5.5% |
| EBITDA | (246) | 326 | (61) | 19 |
| Headcount | 486 | 164 | | 650 |

| | Aluminum Profiles | Curtain Walls | Aluminum Profiles |
|-------------------------|----------------------|------------------|----------------------|
| <i>Volume (tons)</i> | 2,318 | 0 | 2,318 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | |
| Revenues | 4,905 | 236 | 5,141 |
| COGS | (3,737) | 163 | (3,573) |
| Gross Income | 1,168 | 399 | 1,568 |
| <i>Gross Margin</i> | 23.8% | 169.2% | 193.1% |
| SG&A | (859) | (261) | (1,120) |
| Operating Income | 309 | 138 | 448 |
| <i>Operating Margin</i> | 6.3% | 58.6% | 65.0% |
| EBITDA | 492 | 138 | 631 |
| Headcount | 344 | 192 | 536 |

| | Aluminum Profiles | Curtain Walls | Aluminum Profiles |
|-------------------------|----------------------|------------------|----------------------|
| <i>Volume (tons)</i> | 2,629 | 0 | 2,629 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | |
| Revenues | 5,855 | 1,213 | 7,068 |
| COGS | (4,664) | (1,378) | (6,042) |
| Gross Income | 1,191 | (165) | 1,026 |
| <i>Gross Margin</i> | 20.3% | -13.6% | 6.7% |
| SG&A | (837) | (232) | (1,069) |
| Operating Income | 354 | (397) | (43) |
| <i>Operating Margin</i> | 6.0% | -32.7% | -26.7% |
| EBITDA | 490 | (354) | 136 |
| Headcount | 347 | 216 | 563 |



Exhibit 6: Operating Results by Business Unit and Country (six month ended June 30)

| | <u>Year to Date 2000</u> | | | | | | <u>Year to Date 2001</u> | | | | | | | |
|------------------------|--------------------------|----------|------------------|-----------|----------|---------|--------------------------|----------|----------|------------------|-----------|----------|---------|-------------------|
| | Chile | Brazil | Optical Fiber | Argentina | Peru | Interco | Wire and Cable | Chile | Brazil | Optical Fiber | Argentina | Peru | Interco | Wire and Cable |
| <i>Volume</i> | | | | | | | | | | | | | | |
| Tons | 9,029 | 19,798 | 0 | 4,139 | 9,817 | (3,709) | 39,074 | 13,361 | 30,900 | 0 | 5,001 | 10,240 | (4,821) | 54,680 |
| Kms. | 2,705 | 0 | 124,894 | 0 | 0 | (7,293) | 120,306 | 253 | 0 | 495,987 | 0 | 0 | 0 | 496,240 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | | | | | | | | | | | |
| Revenues | 15,112 | 39,568 | 4,909 | 8,138 | 12,919 | (4,805) | 75,841 | 19,906 | 48,701 | 30,584 | 9,682 | 16,519 | (7,352) | 118,040 |
| COGS | (13,514) | (36,413) | (4,532) | (8,592) | (11,503) | 4,341 | (70,213) | (17,858) | (43,313) | (21,483) | (8,652) | (14,180) | 7,037 | (98,449) |
| Gross Income | 1,598 | 3,155 | 377 | (454) | 1,416 | (464) | 5,628 | 2,048 | 5,388 | 9,101 | 1,030 | 2,339 | (315) | 19,591 |
| <i>Gross Margin</i> | 10.6% | 8.0% | 7.7% | -5.6% | 11.0% | | 7.4% | 10.3% | 11.1% | 29.8% | 10.6% | 14.2% | | 16.6% |
| SG&A | (2,342) | (2,829) | (810) | (833) | (977) | 501 | (7,290) | (1,506) | (2,988) | (2,353) | (1,137) | (1,062) | (358) | (9,404) |
| Operating Income | (744) | 326 | (433) | (1,287) | 439 | 37 | (1,662) | 542 | 2,400 | 6,748 | (107) | 1,277 | (673) | 10,187 |
| <i>Operatin Margin</i> | -4.9% | 0.8% | -8.8% | -15.8% | 3.4% | | -2.2% | 2.7% | 4.9% | 22.1% | -1.1% | 7.7% | | 8.6% |
| EBITDA | (7) | 2,065 | (433) | (819) | 914 | 37 | 1,757 | 1,230 | 4,268 | 6,896 | 369 | 1,793 | (814) | 13,742 |
| Headcount | 346 | 954 | 50 | 142 | 241 | | 1,733 | 450 | 891 | 98 | 187 | 240 | | 1,866 |

| | Chile | Argentina | Coin | Interco | Brass Mills |
|------------------------|----------|-----------|---------|---------|-----------------|
| <i>Volume (tons)</i> | 16,854 | 3,413 | 2,392 | (3,104) | 19,555 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | | |
| Revenues | 25,605 | 6,472 | 5,561 | (4,149) | 33,489 |
| COGS | (20,963) | (6,518) | (4,729) | 3,905 | (28,305) |
| Gross Income | 4,642 | (46) | 832 | (244) | 5,184 |
| <i>Gross Margin</i> | 18.1% | -0.7% | 15.0% | 5.9% | 15.5% |
| SG&A | (2,044) | (1,152) | (272) | 244 | (3,224) |
| Operating Income | 2,598 | (1,198) | 560 | 0 | 1,960 |
| <i>Operatin Margin</i> | 10.1% | -18.5% | 10.1% | 0.0% | 5.9% |
| EBITDA | 3,576 | (725) | 808 | | 3,659 |
| Headcount | 467 | 158 | 225 | | 850 |

| | Chile | Argentina | Coin | Interco | Brass Mills |
|------------------------|----------|-----------|---------|---------|-----------------|
| <i>Volume (tons)</i> | 15,995 | 4,059 | 6,974 | (1,860) | 25,169 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | | |
| Revenues | 26,730 | 6,482 | 6,974 | (2,926) | 37,260 |
| COGS | (22,591) | (6,835) | (6,110) | 2,650 | (32,886) |
| Gross Income | 4,139 | (353) | 864 | (276) | 4,374 |
| <i>Gross Margin</i> | 15.5% | -5.4% | 12.4% | 9.4% | 11.7% |
| SG&A | (1,382) | (1,139) | (512) | (106) | (3,139) |
| Operating Income | 2,757 | (1,492) | 352 | (382) | 1,235 |
| <i>Operatin Margin</i> | 10.3% | -23.0% | 5.0% | 13.1% | 3.3% |
| EBITDA | 3,704 | (987) | 607 | (461) | 2,863 |
| Headcount | 449 | 151 | 223 | | 823 |

| | <u>Flexible</u> | | | |
|------------------------|-----------------|-----------|---------|-----------------|
| | Chile | Argentina | Interco | Packaging |
| <i>Volume (tons)</i> | 5,570 | 2,117 | 0 | 7,687 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | |
| Revenues | 14,569 | 7,299 | 0 | 21,868 |
| COGS | (12,175) | (6,509) | 0 | (18,684) |
| Gross Income | 2,394 | 790 | 0 | 3,184 |
| <i>Gross Margin</i> | 16.4% | 10.8% | | 14.6% |
| SG&A | (1,039) | (517) | 0 | (1,556) |
| Operating Income | 1,355 | 273 | 0 | 1,628 |
| <i>Operatin Margin</i> | 9.3% | 3.7% | | 7.4% |
| EBITDA | 2,232 | 707 | 0 | 2,939 |
| Headcount | 535 | 174 | | 709 |

| | <u>Flexible</u> | | | |
|------------------------|-----------------|-----------|---------|-----------------|
| | Chile | Argentina | Interco | Packaging |
| <i>Volume (tons)</i> | 4,974 | 2,221 | 0 | 7,195 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | | |
| Revenues | 13,214 | 8,104 | 0 | 21,318 |
| COGS | (12,703) | (7,451) | 0 | (20,154) |
| Gross Income | 511 | 653 | 0 | 1,164 |
| <i>Gross Margin</i> | 3.9% | 8.1% | | 5.5% |
| SG&A | (876) | (674) | (103) | (1,653) |
| Operating Income | (365) | (21) | (103) | (489) |
| <i>Operatin Margin</i> | -2.8% | -0.3% | | -2.3% |
| EBITDA | 382 | 485 | (101) | 766 |
| Headcount | 486 | 164 | | 650 |

| | Aluminum Profiles | Curtain Walls | Aluminum Profiles |
|------------------------|----------------------|------------------|----------------------|
| | <i>Volume (tons)</i> | 4,483 | 0 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | |
| Revenues | 9,874 | 1,187 | 11,061 |
| COGS | (7,446) | (736) | (8,182) |
| Gross Income | 2,428 | 451 | 2,879 |
| <i>Gross Margin</i> | 24.6% | 38.0% | 62.6% |
| SG&A | (1,695) | (492) | (2,187) |
| Operating Income | 733 | (41) | 692 |
| <i>Operatin Margin</i> | 7.4% | -3.5% | 4.0% |
| EBITDA | 1,100 | (41) | 1,059 |
| Headcount | 344 | 192 | 536 |

| | Aluminum Profiles | Curtain Walls | Aluminum Profiles |
|------------------------|----------------------|------------------|----------------------|
| | <i>Volume (tons)</i> | 5,110 | 0 |
| <i>Ch\$ million</i> | | | |
| Revenues | 11,636 | 2,715 | 14,351 |
| COGS | (9,335) | (2,891) | (12,226) |
| Gross Income | 2,301 | (176) | 2,125 |
| <i>Gross Margin</i> | 19.8% | -6.5% | 13.3% |
| SG&A | (1,578) | (444) | (2,022) |
| Operating Income | 723 | (620) | 103 |
| <i>Operatin Margin</i> | 6.2% | -22.8% | -16.6% |
| EBITDA | 995 | (536) | 459 |
| Headcount | 347 | 216 | 563 |



Exhibit 7: Consolidated Balance Sheet

| | Ch\$ millions | | US\$ millions (1) | |
|--|----------------|----------------|-------------------|--------------|
| | YTD June 00 | YTD June 01 | YTD June 00 | YTD June 01 |
| ASSETS | | | | |
| Cash | 2,807 | 1,904 | 4.5 | 3.0 |
| Time deposits and marketable securities | 3,453 | 4,649 | 5.5 | 7.4 |
| Accounts receivable | 70,867 | 78,910 | 112.7 | 125.5 |
| Accounts receivable from related companies | 276 | 420 | 0.4 | 0.7 |
| Inventories | 62,350 | 76,835 | 99.1 | 122.2 |
| Recoverable taxes | 9,106 | 6,963 | 14.5 | 11.1 |
| Prepaid expenses and other current assets | 4,966 | 13,105 | 7.9 | 20.8 |
| Total current assets | 153,825 | 182,787 | 244.6 | 290.6 |
| Property, plant and equipment (net) | 204,775 | 213,026 | 325.6 | 338.7 |
| Investments | 9,390 | 9,971 | 14.9 | 15.9 |
| Goodwill (net) | 35,981 | 32,362 | 57.2 | 51.5 |
| Long-term receivables | 2,711 | 2,694 | 4.3 | 4.3 |
| Other | 17,853 | 14,274 | 28.4 | 22.7 |
| Total other assets | 65,935 | 59,301 | 104.8 | 94.3 |
| Total assets | 424,535 | 455,115 | 674.9 | 723.6 |
| LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY | | | | |
| Short-term bank borrowings | 73,570 | 89,689 | 117.0 | 142.6 |
| Current portion of long-term bank and other debt | 26,247 | 26,578 | 41.7 | 42.3 |
| Current portion of bonds payable | 1,570 | 1,595 | 2.5 | 2.5 |
| Dividends payable | 337 | 478 | 0.5 | 0.8 |
| Accounts payable | 14,914 | 16,447 | 23.7 | 26.1 |
| Notes payable | 20,861 | 29,154 | 33.2 | 46.4 |
| Notes and accounts payable to related companies | 210 | 515 | 0.3 | 0.8 |
| Accrued expenses | 10,035 | 6,439 | 16.0 | 10.2 |
| Withholdings payable | 2,604 | 2,608 | 4.1 | 4.1 |
| Income taxes | - | - | - | - |
| Deferred income | 3,387 | 374 | 5.4 | 0.6 |
| Total current liabilities | 153,736 | 173,876 | 244.4 | 276.4 |
| Long-term bank and other debt | 48,809 | 58,173 | 77.6 | 92.5 |
| Bonds payable | 43,734 | 42,301 | 69.5 | 67.3 |
| Accrued expenses | 5,950 | 4,417 | 9.5 | 7.0 |
| Total long-term liabilities | 98,493 | 104,891 | 156.6 | 166.8 |
| Minority interest | 12,681 | 16,797 | 20.2 | 26.7 |
| Common stock (386,000,000 shares authorized and outstanding, without nominal (par value) | 113,698 | 113,781 | 180.8 | 180.9 |
| Share premium | 5,660 | 5,664 | 9.0 | 9.0 |
| Reserves | 19,470 | 35,450 | 31.0 | 56.4 |
| Retained earnings | 20,798 | 4,655 | 33.1 | 7.4 |
| Total shareholders' equity | 159,625 | 159,551 | 253.8 | 253.7 |
| Total liabilities and shareholders' equity | 424,535 | 455,115 | 674.9 | 723.6 |



Exhibit 8: Consolidated Statement of Cash Flow

| | Ch\$ millions ¹ | | US\$ millions ² | |
|---|----------------------------|----------------|----------------------------|--------------|
| | YTD June 00 | YTD June 01 | YTD June 00 | YTD June 01 |
| Cash received from customers | 160,642 | 229,728 | 255.4 | 365.2 |
| Financial income received | 2,158 | 2,837 | 3.4 | 4.5 |
| Dividends and other distributions | - | 6 | - | 0.0 |
| Other incomes | 175 | 390 | 0.3 | 0.6 |
| Payments to suppliers and employees | (153,435) | (213,502) | (243.9) | (339.4) |
| Interests paid | (12,410) | (11,743) | (19.7) | (18.7) |
| Income taxes paid | 283 | (1,851) | 0.5 | (2.9) |
| Other expenses | (210) | (742) | (0.3) | (1.2) |
| Added Value Tax and others | (4,233) | (7,401) | (6.7) | (11.8) |
| Net cash flow from operating activities | (7,030) | (2,279) | (11.2) | (3.6) |
| Sale of Property, Plant and Equipment | 65 | 271 | 0.1 | 0.4 |
| Sale of permanent investments | 228 | 12,152 | 0.4 | 19.3 |
| Sale of other investments | 22 | - | 0.0 | - |
| Other proceeds from investments | 50 | 1,198 | 0.1 | 1.9 |
| Capital expenditures | (8,547) | (4,106) | (13.6) | (6.5) |
| Permanent investments | (105) | (6,281) | (0.2) | (10.0) |
| Other disbursements | (34) | (53) | (0.1) | (0.1) |
| Net cash flow used in investing activities | (8,321) | 3,181 | (13.2) | 5.1 |
| Issuance of shares | 6,775 | - | 10.8 | - |
| Loans obtained | 68,118 | 61,296 | 108.3 | 97.4 |
| Registered loans from related companies | - | - | - | - |
| Other financing sources | 38,042 | - | 60.5 | - |
| Dividends paid | (136) | (20) | (0.2) | (0.0) |
| Repayments of bank borrowings | (102,207) | (62,506) | (162.5) | (99.4) |
| Repayments of bonds | (635) | (673) | (1.0) | (1.1) |
| Payment of expenses related to shares issuance | (8) | - | (0.0) | - |
| Others | (671) | - | (1.1) | - |
| Net cash flow provided by financing activities | 9,277 | (1,904) | 14.7 | (3.0) |
| Net cash flow for the period | (6,073) | (1,002) | (9.7) | (1.6) |
| Effect of price-level restatements on cash and cash equivalents | (297) | (279) | (0.5) | (0.4) |
| Net increase in cash and cash equivalents | (6,370) | (1,281) | (10.1) | (2.0) |
| Cash and cash equivalents at the beginning of year | 12,630 | 8,553 | 20.1 | 13.6 |
| Cash and cash equivalents at end of the period | 6,260 | 7,272 | 10.0 | 11.6 |

¹ In Chilean pesos of June 30, 2001

² Exchange rate US\$1.00=Ch\$629.00