

VIÑA CONCHA Y TORO

VIÑA CONCHA Y TORO PRESENTA RESULTADOS CONSOLIDADOS AL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2017

Santiago, Chile, 31 de agosto de 2017 - Viña Concha y Toro S.A. ("La Compañía" o "Concha y Toro") (NYSE: VCO, IPSA: Conchatoro), unas de las viñas líderes a nivel mundial y el principal productor y exportador de vinos de Chile, anuncia el día de hoy sus resultados financieros consolidados, bajo normas IFRS, para el segundo trimestre de 2017 finalizado el 30 de junio de 2017. Los valores en US\$, a excepción de las exportaciones, fueron calculadas a la tasa efectiva de cierre con fecha de 30 de junio de 2017 (US\$1,00 = Ch\$ 664,3).

Destacados 2T17 vs 2T16

- El precio promedio, medido en las monedas de venta de nuestros principales mercados, aumentó: para la venta en pesos chilenos (+14,9%), en libras esterlinas (+10,8%), en dólares (+6,6%) y en euros (+2,9%).
- Los ingresos consolidados se redujeron 4,2%, alcanzando Ch\$165.942 millones, por un menor volumen de venta y efectos cambiarios negativos.
- El volumen de venta de vinos bajó 7,3%, debido a la reducción de 10,5% en las categorías No Premium. La categoría Premium creció 1,9%.
- El ingreso operacional, más depreciación y amortización disminuyó 14,7% hasta Ch\$22.697 millones, por un mayor costo del vino y el impacto negativo de la apreciación del peso frente a las principales monedas de venta. Su margen sobre la venta fue 13,7%, (-170 pb).
- La utilidad neta atribuible a los controladores de la compañía totalizó Ch\$11.535 millones, con una reducción de 12,9%.

Destacados 6M17 vs 6M16

- El precio promedio, medido en las monedas de venta de nuestros principales mercados, aumentó: para la venta en pesos chilenos (+10,0%), en libras esterlinas (+9,2%), en dólares (+3,5%) y en euros (+3,4%).
- Los ingresos consolidados se redujeron 3,9%, alcanzando Ch\$293.416 millones, por un menor volumen de venta y efectos cambiarios negativos.
- El volumen de venta de vinos bajó 2,4%, debido a la reducción de 3,6% en las categorías No Premium. La categoría Premium creció 0,7%.
- El ingreso operacional, más depreciación y amortización disminuyó 18,4% hasta Ch\$35.463 millones, por un mayor costo del vino y el impacto negativo de la apreciación del peso frente a las principales monedas de venta. Su margen sobre la venta fue 12,1%, (-210pb).
- La utilidad neta atribuible a los controladores de la compañía totalizó Ch\$15.340 millones, con una reducción de 25,3%.

VIÑA CONCHA Y TORO

Resumen del Trimestre

Los resultados del trimestre reflejan el impacto de fluctuaciones cambiarias adversas y un mayor costo del vino, luego de menores cosechas de uva en Chile y Argentina. En este escenario, Viña Concha y Toro ha readecuado su estrategia comercial, a través de ajustes de precios y disminución de las actividades promocionales, buscando focalizarse en la rentabilidad del negocio y en la construcción de marcas. Como resultado de esto, el crecimiento del volumen de venta se ha visto afectado, principalmente en las categorías de vino No Premium, que mostraron caídas. En tanto, las categorías Premium siguen creciendo, reflejando la fuerte posición de las marcas foco.

En 2016, la compañía dio inicio a un proceso de reestructuración orientado a generar sinergias operacionales y ahorro de costos; este proceso finalizará el primer trimestre de 2018 y los ahorros estimados aún no se reflejan en los resultados. En el 2T17, el ratio de Gastos de Administración y Ventas (costos de distribución y gastos de administración) sobre ventas alcanzó un 26,1%, 10pb sobre lo reportado el año anterior. En tanto, al excluir los gastos extraordinarios asociados a la reestructuración, el ratio GAV/ventas fue de 25,7%, 30pb por debajo del nivel del 2T16.

En el trimestre, las ventas de vino totalizaron Ch\$152.890 millones, con una baja de 4,0%, debido a un menor volumen de vino No Premium y al impacto cambiario antes mencionado. Por otra parte, la categoría de vino Premium creció un 1,9%, lo que se tradujo en un aumento de 300pb en su participación en el mix de ventas, hasta alcanzar 47,6% del valor de la venta.

En el mercado doméstico de Chile, la venta de vino aumentó un 4,0% en valor, como resultado del alza de precios y un efecto mix positivo. El vino Premium se mantuvo sólido, creciendo 9,3% en volumen, frente al 2T16. En tanto, el volumen del vino No Premium se redujo 10,9%.

Las ventas de exportación desde Chile y filiales de distribución mostraron una disminución de 4,7%. El mayor precio promedio, medido en las monedas de venta fue compensado por un menor volumen de la categoría No Premium (-7.3%) y efectos cambiarios adversos. Por su parte, destaca el crecimiento de 4,8% observado en categoría Premium, resultado que está en línea con la directriz estratégica que la compañía ha puesto en sus marcas foco: Casillero del Diablo, Cono Sur, Trivento Reserve, Bonterra y 1.000 Stories.

A nivel de resultados, el ingreso operacional, más depreciación y amortización decreció 14,7% hasta \$22.697 millones, producto del alza en el costo del vino y de los efectos negativos de los tipos de cambio. Finalmente, la utilidad neta atribuible a los controladores de la Compañía totalizó \$11.535 millones, mostrando una caída de 12,9% respecto a igual trimestre del año anterior.

VIÑA CONCHA Y TORO

Resultados al Segundo Trimestre de 2017

1. Ventas Totales

Las ventas consolidadas disminuyeron un 4,2%, totalizando Ch\$165.942 millones en el período. La baja refleja un menor volumen de venta y la apreciación del peso chileno frente a la mayoría de las monedas de exportación, compensados en parte por un mayor precio promedio.

Tabla N°1
Ventas Totales

Total Ventas^(*) (millones de pesos)	2T17	2T16	Variación (%)	6M17	6M16	Variación (%)
Chile Mercado Doméstico - Vinos	19.203	18.465	4,0%	33.484	32.176	4,1%
Mercados de Exportación ⁽¹⁾	111.005	116.463	-4,7%	192.027	200.818	-4,4%
Argentina Mercado Doméstico	2.425	2.178	11,4%	4.407	2.959	48,9%
Argentina Mercados de Exportación ⁽²⁾	4.282	5.431	-21,2%	7.914	10.281	-23,0%
U.S.A. Mercado Doméstico	14.402	15.193	-5,2%	27.212	27.434	-0,8%
U.S.A. Mercados de Exportación ⁽²⁾	1.573	1.592	-1,2%	2.946	2.787	5,7%
Total Segmento Vinos	152.890	159.323	-4,0%	267.989	276.455	-3,1%
Chile Mercado Doméstico - Nuevos Negocios	11.152	12.203	-8,6%	21.042	25.891	-18,7%
Otros Ingresos	1.900	1.766	7,6%	4.385	3.100	41,4%
Total Segmento Otros	13.052	13.970	-6,6%	25.427	28.992	-12,3%
Total Ventas	165.942	173.292	-4,2%	293.416	305.447	-3,9%

Total Volumen^(*) (miles de litros)	2T17	2T16	Variación (%)	6M17	6M16	Variación (%)
Chile Mercado Doméstico - Vinos	17.253	19.068	-9,5%	30.951	32.703	-5,4%
Mercados de Exportación ⁽¹⁾	55.270	57.623	-4,1%	98.779	98.708	0,1%
Argentina Mercado Doméstico	1.381	2.362	-41,5%	3.114	3.488	-10,7%
Argentina Mercados Exportación ⁽²⁾	1.853	2.601	-28,7%	3.484	4.981	-30,1%
U.S.A. Mercado Doméstico	4.020	4.443	-9,5%	7.675	7.733	-0,8%
U.S.A. Mercados Exportación ⁽²⁾	527	561	-6,1%	962	893	7,7%
Total Segmento Vinos	80.304	86.658	-7,3%	144.965	148.506	-2,4%
Chile Mercado Doméstico - Nuevos Negocios	4.139	5.264	-21,4%	9.639	13.107	-26,5%
Total Segmento Otros	4.139	5.264	-21,4%	9.639	13.107	-26,5%
Total Volumen	84.443	91.922	-8,1%	154.604	161.613	-4,3%

Precio Promedio (por litro)	Moneda	2T17	2T16	Variación (%)	6M17	6M16	Variación (%)
Chile Mercado Doméstico - Vinos	Ch\$	1.113,0	968,4	14,9%	1.081,8	983,9	10,0%
Mercados de Exportación ⁽¹⁾	US\$	3,09	3,05	1,3%	3,02	3,03	-0,3%
Argentina Mercado Doméstico	US\$	2,64	1,79	48,1%	2,55	1,66	54,0%
Argentina Mercados Exportación ⁽²⁾	US\$	3,61	3,17	13,7%	3,55	3,11	14,0%
U.S.A. Mercado Doméstico	US\$	5,39	5,09	6,0%	5,38	5,20	3,6%
U.S.A. Mercados Exportación ⁽²⁾	US\$	4,49	4,19	7,1%	4,64	4,56	1,7%

(1) Mercados de Exportación considera exportaciones de Chile a terceros más ventas de filiales de distribución. (Reino Unido, Nórdicos, Brasil, Singapur, México)

(2) Exportaciones desde Argentina y EE.UU., no consideran envíos a filiales de

(*) Incluye ventas de vino granel.

VIÑA CONCHA Y TORO

1.1. Segmento Vinos

La venta total del segmento Vinos decreció 4,0% en el trimestre, debido a un menor volumen de vino No Premium y a la depreciación de monedas de exportación clave frente al peso chileno. Considerando una base cambiaria constante, la venta del segmento Vino se mantuvo en un nivel similar a la del período comparable (-0,1%).

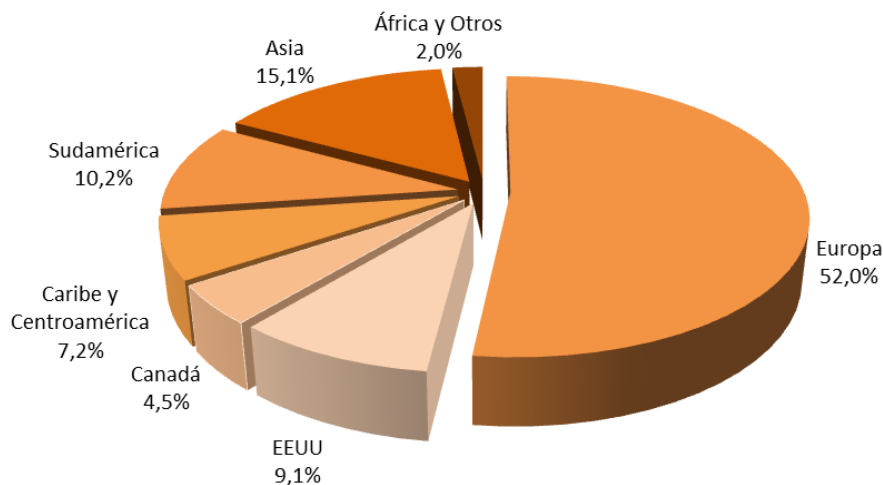
1.1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de exportación desde Chile y filiales de distribución totalizaron Ch\$111.005 millones, con una reducción de 4,7% frente al mismo período del año anterior. El mayor precio promedio, medido en moneda local (+10,8% en libras esterlinas, +6,6% en dólares y +2,9% en euros) fue compensado por un menor volumen y efectos cambiarios adversos.

En efecto, respecto del mismo trimestre del año anterior, el peso chileno se apreció frente al dólar (1,9%), libra esterlina (14,4%), dólar canadiense (6,4%), Euro (4,5%), peso mexicano (4,6%), corona sueca (9,2%), corona noruega (5,3%) y peso argentino (13,0%). El real brasilero fue la única moneda relevante que ganó valor frente al peso (6,5%).

En cuanto al mix de ventas del período, la categoría Premium creció 4,8% en volumen; en tanto, la No Premium decreció 7,3%, impactada por mayores precios de venta y menores actividades promocionales. En términos de valor, el segmento Premium subió 2,4% (en pesos chilenos) mientras que el segmento No Premium cayó 9,7%. De este modo, las categorías Premium aumentaron su participación a 44,3% del mix de ventas (en valor), +310pb sobre su participación en el mismo período del año anterior.

Gráfico 1
Volumen de venta de vino embotellado, por región
Mercados de Exportación (*)
Segundo Trimestre 2017



(*) Considera exportaciones desde Chile y Filiales de Distribución.

VIÑA CONCHA Y TORO

En el segundo trimestre, el volumen en Mercados de Exportación registró crecimiento en Europa (+2,2%). El volumen se redujo en África y otros (-33,7%), EE.UU. (-16,3%), Asia (-7,0%), Sudamérica (-10,2%), Centroamérica y el Caribe (-4,6%) y Canadá (-0,3%).

1.1.2. Chile Mercado Doméstico - Vinos

Las ventas de vino en el mercado doméstico de Chile crecieron 4,0% en valor, alcanzando Ch\$19.203 millones, impulsadas por un mayor precio promedio (+14,9%). Por su parte, el volumen decreció 9,5% hasta 17.253 miles de litros, reflejando la contracción de las categorías No Premium.

En cuanto al mix de venta, el volumen de las categorías Premium creció 9,3%, mientras que el volumen No Premium decreció 10,9%. Esto resultó en una mejora del mix, con el segmento Premium representando el 8,3% del volumen del portfolio (+140pb) y, en términos de valor, el 28,5% del portfolio (+230pb).

1.1.3. Operación en Argentina

Las ventas de la operación en Argentina (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) fueron Ch\$6.707 millones, 11,9% bajo el período en comparación, producto de mayores ventas en el mercado doméstico (+11,4%), que fueron más que compensadas por la baja en los mercados de exportación (-21,2%).

En línea con la estrategia de la compañía y en un escenario de mayores costos de vino, luego de la menor cosecha, se realizaron incrementos de precios y se mantuvo el foco en los productos más rentables. En el mercado doméstico, el precio promedio por litro fue US\$2,64, con un alza de 48,1% en dólares y de 62,0% en moneda local, mientras que el precio de sus exportaciones alcanzó US\$3,61, con un alza de 13,7% en dólares.

En cuanto al volumen de venta, el mercado doméstico registró una baja de 41,5% mientras que las exportaciones cayeron 28,7%. Esta cifra de exportación no incluye la venta que Trivento realiza a través de las filiales de distribución, que en el período representó el 57,3% de sus exportaciones. En efecto, las ventas de Trivento en el Reino Unido a través de Concha y Toro UK, crecieron 54,0% en volumen, impulsadas por la marca Trivento Reserve.

1.1.4. Operación en U.S.A (Fetzer)

Las ventas de Fetzer (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) se redujeron 4,8% totalizando Ch\$15.976 millones, por un menor volumen de ventas (-9,1%) y efectos cambiarios negativos. Esto fue compensado en parte por mayores precios, tanto en el mercado doméstico como en los mercados de exportación.

En el mercado doméstico, el precio promedio registró un alza de 6,0%, lo que fue contrarrestado por un menor volumen principalmente de la línea Fetzer. Las marcas foco, Bonterra y 1000 Stories exhibieron un crecimiento de 8,8% y 42,0%, en volumen, respectivamente. En exportaciones, el precio promedio en dólares aumentó 7,1% hasta US\$4,49 y el volumen se contrajo 6,1%.

VIÑA CONCHA Y TORO

1.2. Segmento Otros

El segmento *Otros* reportó una baja en sus ventas de 6,6% en el período. Ajustando por la distribución de Monster energy drink en 2016, no repetida en el período actual, las ventas aumentaron 13,9% frente al mismo trimestre del año previo, impulsadas por la distribución de licores Diageo, cervezas y pisco.

1.2.1. Chile Mercado Doméstico – Nuevos Negocios

Las ventas del segmento Nuevos Negocios, incluyendo la venta de cervezas Premium y licores, llevadas a cabo por la filial de distribución VCT Chile, se redujeron 8,6% totalizando Ch\$11.152 millones. Esta baja se explica por el término del acuerdo de distribución de Monster en el tercer trimestre de 2016. Sobre una base comparable, las ventas de Nuevos Negocios se incrementaron 15,1%.

Durante el trimestre, se registraron fuertes crecimientos en la distribución de cerveza (+20,9%), licores de Diageo (+11,2%) y pisco (+42,0%).

1.2.2. Otros Ingresos

Otros ingresos, que comprenden comisiones por servicios de embotellado, venta de fruta, entre otros, se incrementaron 7,6%, alcanzando Ch\$1.900 millones.

2. Costos de Venta

En el período, el costo total de venta disminuyó 0,8% hasta Ch\$105.610 millones, desde Ch\$106.451 millones en 2016. El costo de ventas medido como porcentaje de las ventas totales alcanzó 63,6%, mostrando un incremento de 220pb y reflejando un mayor costo del vino, a raíz del menor volumen cosechado. En efecto, la producción de vino en Chile se redujo 21,2% en 2016 y 6,4% en 2017.

3. Gastos de Administración y Venta

Los gastos de administración y ventas (incluyendo costos de distribución y gastos de administración) se redujeron 3,8% hasta Ch\$43.312 millones, al compararlos con los Ch\$45.026 millones reportados en el mismo trimestre del año previo. Como porcentaje de las ventas, los gastos de administración y ventas alcanzaron 26,1%, 10pb sobre lo reportado el año anterior.

En el trimestre, la compañía reconoció gastos extraordinarios por Ch\$619 millones, relacionados al proceso de reestructuración. Excluyendo estos gastos, los gastos de administración y ventas como porcentaje de las ventas fueron 25,7%, 30pb bajo el período comparable.

VIÑA CONCHA Y TORO

4. Resultado Operacional

El resultado operacional disminuyó 21,7% hasta Ch\$16.896 millones en comparación con los Ch\$21.569 millones registrados en el mismo periodo del año anterior. El margen operacional fue de 10,2%, con una caída de 230pb. Esto es el resultado de un mayor costo del vino y efectos cambiarios negativos sobre las ventas.

5. Resultado Operacional más Depreciación y Amortización

En el trimestre, el resultado operacional más depreciación y amortización decreció 14,7% hasta Ch\$22.697 millones en comparación con los Ch\$26.613 millones reportados en el mismo período del año anterior. Su margen sobre las ventas se situó en 13,7%, inferior al 15,4% reportado en el mismo período del año anterior. Este menor margen es el resultado del alza en el costo del vino y de los efectos adversos de la fluctuación cambiaria.

6. Resultado No Operacional

El resultado no operacional registró una pérdida de Ch\$1.510 millones, la cual fue menor a la pérdida de Ch\$3.298 millones reportada en el período de comparación. Esto se atribuye principalmente a mayores diferencias de cambio y participación en asociadas.

Los gastos financieros totalizaron Ch\$2.402 millones en el período, 1,1% mayores a los Ch\$2.377 millones registrados en el mismo período de 2016.

7. Utilidad Neta del Ejercicio y Utilidad Neta por Acción

La utilidad neta atribuible a los controladores de la compañía decreció 12,9%, totalizando Ch\$11.535 millones. En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la utilidad neta por acción de Concha y Toro totalizó Ch\$15,4 por acción, bajo los Ch\$17,7 por acción registrados en el mismo período del año anterior.

VIÑA CONCHA Y TORO

Resultados Acumulados Primer Semestre de 2017

1. Ventas Totales

Las ventas consolidadas disminuyeron un 3,9% y llegaron a Ch\$293.416 millones en el primer semestre de 2017. La baja refleja un menor volumen de venta y la apreciación del peso chileno frente a la mayoría de las monedas de exportación, compensados en parte por un mayor precio promedio.

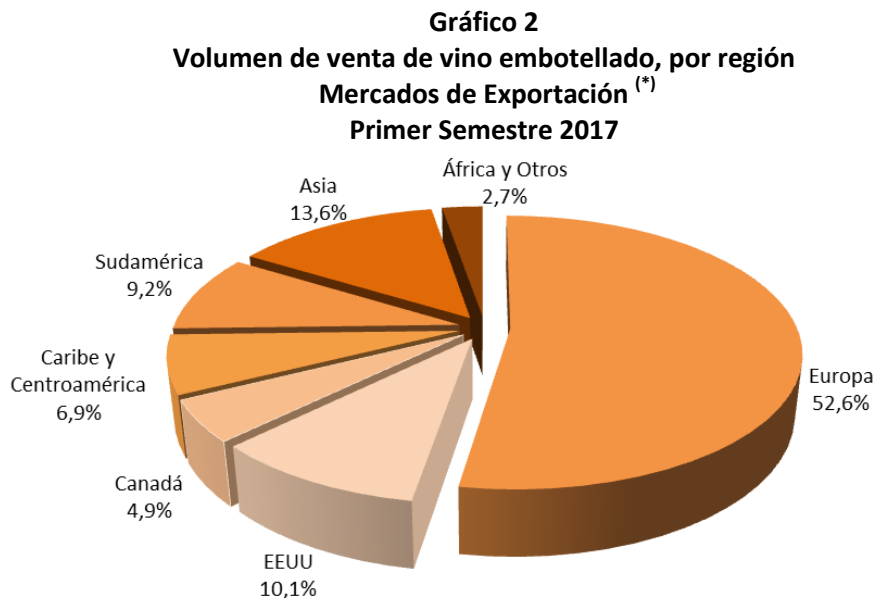
1.1. Segmento Vinos

La venta total del segmento Vinos decreció 3,1% en el período, debido a un menor volumen de vino No Premium y a la depreciación de monedas de exportación clave, frente al peso chileno. Considerando una base cambiaria constante, la venta del segmento Vino se incrementó 3,1%.

1.1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de exportación desde Chile y las filiales de distribución totalizaron Ch\$192.027 millones, con una reducción de 4,4% frente al mismo período del año anterior. Los ajustes de precios que la compañía ha realizado en sus principales mercados se ven reflejados en aumentos del precio promedio: +9,2% en libras esterlinas, +3,5% en dólares y +3,4% en euros. Por su parte, el volumen se mantuvo en el nivel del año anterior (+0,1%). Lo anterior fue compensado por efectos cambiarios adversos.

En la primera mitad del año, el peso chileno se apreció frente al dólar (4,5%), libra esterlina (18,9%), dólar canadiense (4,8%), euro (7,6%), peso mexicano (12,1%), corona sueca (11,1%), corona noruega (4,9%) y peso argentino (14,5%). El real brasilero fue la única moneda relevante que ganó valor frente al peso en el período (10,2%).



(*) Considera exportaciones desde Chile y Filiales de Distribución.

VIÑA CONCHA Y TORO

En el primer semestre, el volumen en Mercados de Exportación registró crecimientos en Canadá (+17,7%), África y Otros (+17,2%) y Sudamérica (+3,9%). El volumen se redujo en EE.UU (-10,6%), Centroamérica y el Caribe (-6,1%), Asia (-1,5%) y Europa (-0,4%).

1.1.2. Chile Mercado Doméstico - Vinos

Las ventas de vino en el mercado doméstico de Chile crecieron 4,1% en valor, alcanzando Ch\$33.484 millones, impulsadas por un mayor precio promedio (+10,0%). Por su parte, el volumen decreció 5,4%, reflejando la contracción de las categorías No Premium.

En cuanto al mix de venta, el volumen de las categorías Premium creció 9,6%, mientras que el volumen No Premium decreció 6,6%. Esto resultó en una mejora del mix, con el segmento Premium representando el 8,8% del volumen del portfolio (+120pb) y, en términos de valor, el 30,0% del portfolio (+190pb).

1.1.3. Operación en Argentina

Las ventas de la operación en Argentina (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) fueron Ch\$12.321 millones, 6,9% bajo el período en comparación, producto de mayores ventas en el mercado doméstico (+48,9%), más que compensadas por la baja en los mercados de exportación (-23,0%).

En línea con la estrategia de la compañía y en un escenario de mayores costos de vino, luego de la menor cosecha, se realizaron incrementos de precios y se mantuvo el foco en los productos más rentables. En el mercado doméstico, el precio promedio por litro fue US\$2,55, con un alza de 54,0% en dólares y de 66,5% en moneda local, mientras que el precio de sus exportaciones alcanzó US\$3,55, con un alza de 14,0% en dólares.

En cuanto al volumen de venta, el mercado doméstico registró una baja de 10,7% mientras que los mercados de exportación cayeron 30,1%. Esta cifra de exportación no incluye la venta que Trivento realiza a través de las filiales de distribución.

1.1.4. Operación en U.S.A (Fetzer)

En la primera mitad de 2017, las ventas totales de Fetzer (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) fueron Ch\$30.158 millones, 0,2% bajo la cifra del año previo. Mayores precios de venta, tanto en el mercado doméstico como en exportaciones, fueron acompañados de un volumen agregado plano y efectos cambiarios negativos.

En el mercado doméstico, el precio promedio por litro fue US\$5,38, con un alza de 3,6%. En tanto, el volumen se redujo 0,8%. En exportaciones, el precio promedio subió (+1,7%), hasta US\$4,64 por litro y el volumen creció (+7,7%).

VIÑA CONCHA Y TORO

1.2. Segmento Otros

El segmento *Otros* reportó una caída de 12,3% en sus ingresos durante el período. Ajustando por la distribución de Monster energy drink en 2016, no repetida en el período actual, las ventas aumentaron 11,2% frente al mismo período del año previo.

1.2.1. Chile Mercado Doméstico – Nuevos Negocios

Las ventas del segmento Nuevos Negocios, incluyendo la venta de cervezas premium y licores, se redujeron 18,7% totalizando Ch\$21.042. Estas bajas se explican por el término del acuerdo de distribución de Monster en 3T16. Esto fue compensado en parte por mayores ingresos en la distribución de cerveza (+11,5%), licores de Diageo (+2,8%) y pisco (+14,3%).

1.2.2. Otros Ingresos

Otros ingresos, que comprenden comisiones por servicios de embotellado, venta de fruta, entre otros, se incrementaron 41,4%, alcanzando Ch\$4.385 millones.

2. Costos de Venta

Durante los primeros seis meses del 2017, el costo total de venta fue Ch\$188.598 millones, 0,3% sobre los Ch\$187.971 millones del mismo período del año anterior. El costo de ventas medido como porcentaje de las ventas totales alcanzó 64,3%, mostrando un incremento de 270pb, y reflejando un mayor costo del vino, a raíz del menor volumen cosechado.

3. Gastos de Administración y Venta

Los gastos de administración y ventas (incluyendo costos de distribución y gastos de administración) se redujeron 4,1% hasta Ch\$80.119 millones, al compararlos con los Ch\$83.509 millones reportados en el año previo. Como porcentaje de las ventas, los gastos de administración y ventas alcanzaron 27,3%, en línea con lo reportado el año anterior (27,3%).

En la primera mitad del año, la compañía reconoció gastos extraordinarios por Ch\$826 millones, relacionados al proceso de reestructuración. Excluyendo estos gastos, los gastos de administración y ventas como porcentaje de las ventas fueron 27,0%, 30pb bajo el período comparable.

4. Resultado Operacional

El resultado operacional disminuyó 26,8% hasta Ch\$24.650 millones en comparación con los Ch\$33.692 millones registrados en el mismo periodo del año anterior. El margen operacional fue de 8,4%, lo que representa una caída de 260pb. Como mencionado anteriormente, esto es el resultado de un mayor costo del vino junto a efectos cambiarios negativos.

VIÑA CONCHA Y TORO

5. Resultado Operacional más Depreciación y Amortización

En la primera mitad del año, el resultado operacional más depreciación y amortización decreció 18,4% hasta Ch\$35.463 millones, en comparación con los Ch\$43.439 millones reportados en el mismo período del año anterior. Su margen sobre las ventas se situó en 12,1%, inferior al 14,2% reportado en el mismo período del año anterior. Este menor margen es el resultado del alza en el costo del vino y de los efectos adversos de la fluctuación cambiaria.

6. Resultado No Operacional

El resultado no operacional registró una pérdida de Ch\$3.778 millones, la cual fue menor a la pérdida de Ch\$4.696 millones reportada en el período de comparación. Esto se atribuye principalmente a mayores diferencias de cambio.

Los gastos financieros totalizaron Ch\$4.715 millones en el período, 1,2% menores a los Ch\$4.772 millones registrados en el mismo período de 2016.

7. Utilidad Neta del Ejercicio y Utilidad Neta por Acción.

La utilidad neta atribuible a los controladores de la compañía decreció 25,3%, totalizando Ch\$15.340 millones. En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la utilidad neta por acción de Concha y Toro totalizó Ch\$20,5 por acción, bajo los Ch\$27,5 por acción registrados en el mismo período del año anterior.

VIÑA CONCHA Y TORO

Balance Consolidado

Activos

Al 30 de junio de 2017, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron Ch\$1.052.927 millones, cifra 3,7% superior a la reportada al 31 de diciembre de 2016.

Pasivos

Al 30 de junio de 2017, la deuda financiera neta¹ totalizó Ch\$252.084 millones, mayor en Ch\$60.226 millones frente a su registro al 31 de diciembre de 2016.

* * * * *

Acerca de Viña Concha y Toro

Fundada en 1883, Viña Concha y Toro es el principal productor de vinos de Latinoamérica, con una destacada posición entre las compañías de vino más importantes del mundo. Posee alrededor de 11.000 hectáreas de viñedos en Chile, Argentina y Estados Unidos. Su portfolio de vinos incluye los íconos Don Melchor y Almaviva y su emblemático Casillero del Diablo, además los vinos Trivento de Argentina, y Fetzer y Bonterra de California.

Forward Looking Statements

This press release may contain certain forward-looking statements within the meaning of Section 27A of the Securities Act of 1933, as amended, and Section 21E of the Securities Exchange Act of 1934, as amended. With respect to the financial condition, results of operations and business of the Company and certain plans and objectives of the Company with respect to these items. Forward-looking statements may be identified by the use of words such as "anticipate", "continue", "estimate", "expect", "intend", "may", "believe" and similar expressions. By their nature, forward-looking statements involve risk and uncertainty because they relate to events and depend on circumstances that occur in the future. There is a number of factors that could cause results and developments to differ materially from those expressed or implied by these forward-looking statements. These factors include: levels of consumer spending in major economies, changes in consumer tastes and preferences, the levels of marketing and promotional expenditures by the Company and its competitors, raw materials costs, future exchange and interest rates, as well as other risk factors referred in the Company's filings with the Securities and Exchange Commission.

¹ Deuda Financiera Neta: Otros pasivos financieros Corrientes + Otros pasivos financieros no corriente – Caja y equivalente al efectivo – Derivados de cobertura.

VIÑA CONCHA Y TORO

Viña Concha y Toro S.A. Estado de Resultados Consolidados

Estado de Resultados Consolidado	2T17	2T16	Variación	6M17	6M16	Variación
	Miles Ch\$	Miles Ch\$	%	Miles Ch\$	Miles Ch\$	%
Ingreso de Actividades Ordinarias	165.942.108	173.292.158	-4,2%	293.416.242	305.446.760	-3,9%
Costo de Ventas	(105.609.844)	(106.451.088)	-0,8%	(188.597.581)	(187.970.759)	0,3%
Resultado Bruto	60.332.264	66.841.070	-9,7%	104.818.661	117.476.001	-10,8%
Otros Ingresos, por función	285.352	380.157	-24,9%	645.103	606.305	6,4%
Costos de Distribución	(34.564.990)	(36.030.505)	-4,1%	(61.746.966)	(66.213.844)	-6,7%
Gastos de Administración	(8.746.687)	(8.995.774)	-2,8%	(18.371.647)	(17.295.514)	6,2%
Otros Gastos, por función	(410.159)	(625.854)	-34,5%	(694.785)	(880.893)	-21,1%
Resultado Operacional	16.895.780	21.569.094	-21,7%	24.650.366	33.692.055	-26,8%
Ingresos Financieros	135.998	175.913	-22,7%	481.143	547.137	-12,1%
Costos Financieros	(2.401.977)	(2.376.920)	1,1%	(4.715.089)	(4.771.885)	-1,2%
Part en Gan (Pérd) de Asoc y Neg Conj que se contabilizan usando el método de la participación	(304.710)	(515.715)	-40,9%	(211.072)	132.436	-259,4%
Diferencias de Cambio	1.421.077	(660.454)	-315,2%	1.273.038	(666.796)	-290,9%
Resultado por Unidades de Reajuste	(360.686)	78.793	-557,8%	(606.020)	63.354	-1056,6%
Ganancia Antes de Impuesto	15.385.482	18.270.711	-15,8%	20.872.366	28.996.301	-28,0%
Gasto por Impuesto a las Ganancias	(3.795.352)	(4.912.310)	-22,7%	(5.452.278)	(8.197.439)	-33,5%
Ganancia Neta	11.590.130	13.358.401	-13,2%	15.420.088	20.798.862	-25,9%
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora	11.535.205	13.247.900	-12,9%	15.340.476	20.545.152	-25,3%
Ganancia (pérdida) atribuible a participación no controladoras	54.925	110.501	-50,3%	79.612	253.710	-68,6%
Resultado Operacional más Depreciación y Amortización	22.697.413	26.613.357	-14,7%	35.463.429	43.438.642	-18,4%
Resultado Operacional	16.895.780	21.569.094	-21,7%	24.650.366	33.692.055	-26,8%
Depreciación	5.541.455	4.908.305	12,9%	10.292.343	9.326.755	10,4%
Amortización	260.178	135.958	91,4%	520.720	419.832	24,0%

VIÑA CONCHA Y TORO

Viña Concha y Toro S.A. Balance Consolidado

(Miles de pesos chilenos)	Cierre al 30.06.2017	Cierre al 31.12.2016
Activos		
Efectivo y Efectivo Equivalente	18.892.196	47.213.517
Inventarios	306.666.591	231.224.426
Cuentas por Cobrar	191.371.064	193.287.401
Activos Biológicos	4.756.680	19.186.291
Otros Activos Corriente	23.241.919	30.492.222
Total Activos Corriente	544.928.450	521.403.857
Propiedades, Planta y Equipo, Neto	381.649.187	361.004.006
Inversiones cont. usando el método de la participación	21.611.696	23.433.439
Otros Activos No Corriente	104.737.184	109.997.284
Total Activos No Corriente	507.998.067	494.434.729
Total Activos	1.052.926.517	1.015.838.586
Pasivos		
Otros Pasivos Financieros Corrientes	157.341.385	101.999.046
Otros Pasivos Corrientes	199.884.262	192.870.916
Total Pasivos Corriente	357.225.647	294.869.962
Otros Pasivos Financieros no corrientes	121.140.977	148.992.036
Otros Pasivos No Corrientes	55.501.886	54.269.968
Total Pasivos No Corriente	176.642.863	203.262.004
Total Pasivos	533.868.510	498.131.966
Patrimonio		
Capital Emitido	84.178.790	84.178.790
Ganancias (pérdidas) acumuladas	428.260.522	426.521.298
Otras Reservas	5.266.654	5.509.389
Patrimonio Atribuible a los propietarios de la controladora	517.705.966	516.209.477
Participaciones no controladoras	1.352.041	1.497.143
Total Patrimonio	519.058.007	517.706.620
Total de Patrimonio y Pasivos	1.052.926.517	1.015.838.586