

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

## VIÑA CONCHA Y TORO PRESENTA RESULTADOS CONSOLIDADOS AL TERCER TRIMESTRE DE 2016

Santiago, Chile, 25 de noviembre de 2016 - 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 tercer trimestre de 2016 finalizado el 30 de septiembre de 2016.

### Principales Cifras del 3Q2016 y 9M2016

- Los volúmenes comercializados durante el trimestre, registraron un aumento de 6,5%, como resultado de crecimientos en los principales mercados de la Compañía. El crecimiento se vio principalmente compensado por el impacto negativo producto de las variaciones cambiarias que se registraron en el trimestre, las cuales generaron que las ventas consolidadas en pesos se mantuvieran en línea con las registradas en el 3Q2015, totalizando Ch\$169.800 millones durante 3Q2016. A nivel acumulado, durante los primeros nueve meses los volúmenes aumentaron un 7,5%, totalizando una venta de Ch\$475.247 millones, representando un crecimiento de 7,0% con respecto al 2015.
- Las ventas de Casillero del Diablo, marca foco en la categoría de vinos Premium, registraron un crecimiento de un 8% en el trimestre, destacando la expansión en los mercados del Reino Unido, Japón, Alemania, Irlanda y Dinamarca. A nivel acumulado, las ventas de Casillero del Diablo mostraron un mayor dinamismo, generando un crecimiento de 12%, impulsado por las ventas en los mercados del Reino Unido, Holanda, Irlanda, Chile, Canadá, Japón y China.
- EL Resultado Operacional más Depreciación y Amortización registró un margen sobre las ventas de 14,1%, lo que representa una disminución de 189 puntos base con respecto al 3Q2015, producto de un impacto negativo producto de las variaciones de tipo de cambio y un mayor costo de vino como resultado de una vendimia que en el 2016 cayó un 21% en la producción de uva. A nivel acumulado, el Resultado Operacional más Depreciación y Amortización aumentó un 7,3% alcanzando un margen sobre las ventas de 14,2%, con respecto al 14,1% obtenido durante el 2015.
- La Utilidad Neta durante el trimestre registró una disminución de un 14,6% totalizando Ch\$13.512 millones, impactada por un impacto negativo producto de las variaciones de tipo de cambio y un mayor costo de vino. Alcanzando al 30 de septiembre de 2016 una Utilidad Neta de Ch\$34.057 millones, lo que representa un aumento de un 7,4%, con respecto a los Ch\$31.714 millones registrados durante 2015.

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

## Resumen del Tercer Trimestre

En un escenario de mayor incertidumbre y volatilidad de los tipos de cambio tras el Brexit, los resultados de Viña Concha y Toro en el tercer trimestre muestran un positivo crecimiento en volumen en las principales áreas de negocios. Este resultado fue contrarrestado principalmente por el impacto cambiario tras la devaluación de las principales monedas en que la compañía comercializa sus productos, afectando los márgenes del trimestre.

Producto de lo anterior, y con el objetivo de sostener la rentabilidad en el mediano plazo y considerando que el efecto cambiario afecta similarmente a los principales países exportadores, la compañía comenzó un proceso de ajustes de precios en sus principales mercados. Adicionalmente, la compañía ha estado evaluando diversas acciones para generar eficiencias en sus procesos e inversiones de marcas, que permitirán reducir los impactos ante un escenario más volátil.

En Inglaterra, principal mercado de exportación, la Compañía llevó adelante alzas de precios para mitigar el efecto de la devaluación de la libra, lo que podría reflejarse en una desaceleración del volumen de ventas en los próximos meses, no obstante en el trimestre el volumen creció un 7,4%. Es importante destacar que las marcas de Viña Concha y Toro gozan de una alta imagen y preferencia en el Reino Unido. Las principales marcas del grupo destacan por su liderazgo: Casillero del Diablo es una de las Top 5 en ventas en el canal off-trade y líder en ventas de Cabernet Sauvignon, en tanto Cono Sur es líder en la variedad Pinot Noir y Trivento Reserve en Malbec.

En los mercados asiáticos los países que mostraron un mayor dinamismo fueron: Japón (+24%), Corea del Sur (+29%) y en menor medida China (+4%). Destacaron las ventas de los vinos finos de las marcas de Concha y Toro, Cono Sur y Maycas de Limarí. En Canadá el volumen creció un 13% favorecido por mayores ventas de las marcas de Viña Cono Sur, Palo Alto y Frontera. El crecimiento de 7,4% en el Reino Unido refleja el performance de las marcas foco Casillero del Diablo (14%), Trivento Reserve (34%) y Frontera (90%). En tanto, en los mercados latinoamericanos se vieron crecimientos interesantes en México, Costa Rica y Ecuador.

En Chile, los volúmenes crecieron un 5,4% destacando las líneas premium de la compañía con un crecimiento del 7%. Entre las mayores ventas que exhibió el portfolio de vinos finos, destacan: Casillero del Diablo Leyenda y Reserva Privada, Cono Sur 20 Barrels y Cono Sur Reserva.

La operación de Fetzer Vineyards destacó con un crecimiento de 20% en volumen. Respecto del mercado doméstico, luego de una primera mitad del 2016 generando crecimientos de 9,1% en las ventas de vino embotellado, durante el tercer trimestre los volúmenes mantuvieron el nivel del año anterior. Las ventas de vino embotellado acumuladas al tercer trimestre de 2016 registran un aumento de 5,7%, en línea con las expectativas para este año. Tras un periodo de reposicionamiento la filial actualmente presenta un atractivo portfolio conformado por su línea Fetzer, la línea orgánica Bonterra y su innovador Zinfandel 1000 Stories.

Por su parte en Argentina, las ventas de Trivento Bodegas y Viñedos registraron un incremento de 17,7% en volumen. El aumento se explica por mayores volúmenes comercializados en los mercados de exportación (+10,3%) y mercado doméstico (+34,4%). Destaca el efecto positivo que ha generado un libre comportamiento del peso argentino con respecto al dólar, permitiéndole ganar competitividad a las ventas en los mercados de exportación.

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

El Resultado Operacional más la Depreciación y Amortización del trimestre disminuyó un 16,7%, alcanzando los Ch\$23.889 millones y un margen sobre la venta de 14,1%. Este menor resultado se explica por un efecto combinado de un aumento en los volúmenes comercializados y una premiumización de la venta, los cuales fueron contrarrestados por las variaciones de los tipos de cambio que generaron un impacto negativo durante el tercer trimestre y un mayor costo de vino (producto de una vendimia que cayó 21% durante el 2016).

Finalmente, la Utilidad Neta atribuible a los Controladores de la compañía alcanzó Ch\$13.512 millones, registrando un menor resultado de 14,6% en el trimestre.

# VIÑA CONCHA Y TORO

## Resultados del Tercer Trimestre 2016

### 1. Ventas Totales

Las ventas durante el tercer trimestre del año registrando una leve disminución de 0,2%, totalizando Ch\$169.800 millones. El resultado se explica por un efecto combinado de mayores volúmenes en las principales áreas de la compañía, el cual fue contrarrestado por las variaciones de tipo de cambio registradas durante el trimestre. Ver Tabla N°1.

**Tabla N°1**  
**Ventas Totales**

<b>Total Ventas<sup>(*)</sup> (en millones de pesos)</b>	<b>3Q16</b>	<b>3Q15</b>	<b>Variación (%)</b>	<b>9M 2016</b>	<b>9M 2015</b>	<b>Variación (%)</b>
Chile Mercado Doméstico - Vinos	20,182	18,844	7.1%	52,359	47,655	9.9%
Chile Mercados de Exportación <sup>(1)</sup>	111,215	113,726	-2.2%	312,033	295,053	5.8%
Argentina Mercado Doméstico	2,168	1,991	8.9%	5,127	4,497	14.0%
Argentina Mercados de Exportación <sup>(2)</sup>	5,678	5,342	6.3%	15,958	13,892	14.9%
U.S.A. Mercado Doméstico	15,649	15,582	0.4%	43,084	40,294	6.9%
U.S.A. Mercados de Exportación <sup>(2)</sup>	1,473	1,315	12.0%	4,260	3,717	14.6%
<b>Total Segmento Vinos</b>	<b>156,365</b>	<b>156,801</b>	<b>-0.3%</b>	<b>432,821</b>	<b>405,107</b>	<b>6.8%</b>
Chile Mercado Doméstico - Nuevos Negocios	11,447	11,320	1.1%	37,338	33,419	11.7%
Otros Ingresos	1,988	2,086	-4.7%	5,089	5,602	-9.2%
<b>Total Segmento Otros</b>	<b>13,435</b>	<b>13,406</b>	<b>0.2%</b>	<b>42,427</b>	<b>39,021</b>	<b>8.7%</b>
<b>Total Ventas</b>	<b>169,800</b>	<b>170,206</b>	<b>-0.2%</b>	<b>475,247</b>	<b>444,128</b>	<b>7.0%</b>

<b>Total Volumen<sup>(*)</sup> (miles de litros)</b>	<b>3Q16</b>	<b>3Q15</b>	<b>Variación (%)</b>	<b>9M 2016</b>	<b>9M 2015</b>	<b>Variación (%)</b>
Chile Mercado Doméstico - Vinos	20,006	18,985	5.4%	52,709	49,515	6.4%
Chile Mercados de Exportación <sup>(1)</sup>	58,276	54,209	7.5%	156,983	146,951	6.8%
Argentina Mercado Doméstico	1,634	1,215	34.4%	5,122	3,444	48.7%
Argentina Mercados de Exportación <sup>(2)</sup>	3,075	2,787	10.3%	8,038	7,239	11.0%
U.S.A. Mercado Doméstico	4,068	4,430	-8.2%	11,801	12,072	-2.2%
U.S.A. Mercados de Exportación <sup>(2)</sup>	495	412	20.0%	1,388	1,115	24.5%
<b>Total Segmento Vinos</b>	<b>87,553</b>	<b>82,039</b>	<b>6.7%</b>	<b>236,041</b>	<b>220,336</b>	<b>7.1%</b>
Chile Mercado Doméstico - Nuevos Negocios	5,763	5,562	3.6%	18,870	16,774	12.5%
<b>Total Segmento Otros</b>	<b>5,763</b>	<b>5,562</b>	<b>3.6%</b>	<b>18,870</b>	<b>16,774</b>	<b>12.5%</b>
<b>Total Volumen</b>	<b>93,316</b>	<b>87,601</b>	<b>6.5%</b>	<b>254,911</b>	<b>237,110</b>	<b>7.5%</b>

<b>Precio Promedio (por litro)</b>	<b>Moneda</b>	<b>3Q16</b>	<b>3Q15</b>	<b>Variación (%)</b>	<b>9M 2016</b>	<b>9M 2015</b>	<b>Variación (%)</b>
Chile Mercado Doméstico - Vinos	Ch\$	1,008.8	992.5	1.6%	993.4	962.4	3.2%
Chile Mercados de Exportación <sup>(1)</sup>	US\$	2.93	3.13	-6.4%	2.99	3.19	-6.1%
Argentina Mercado Doméstico	US\$	2.01	2.50	-19.8%	1.80	2.16	-16.7%
Argentina Mercados de Exportación <sup>(2)</sup>	US\$	3.09	3.11	-0.5%	3.11	3.20	-2.7%
U.S.A. Mercado Doméstico	US\$	5.84	5.50	6.3%	5.42	5.44	-0.4%
U.S.A. Mercados de Exportación <sup>(2)</sup>	US\$	4.50	4.77	-5.7%	4.54	5.22	-13.1%

(1) Mercados de Exportación considera exportaciones de Chile a terceros más ventas de filiales de distribución.

(2) Las exportaciones de Argentina y EE.UU. no consideran envíos a filiales de la compañía.

(\*) Ventas incluyen las ventas de vino granel.

# VIÑA CONCHA Y TORO

## 1.1. Ventas Totales: Segmento Operativo de Vinos

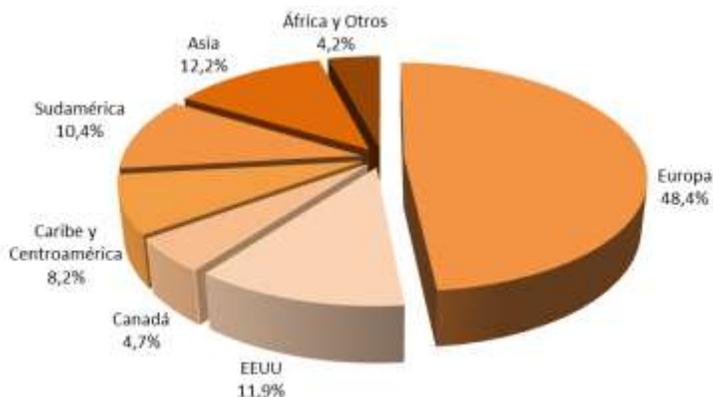
Los Ingresos Consolidados, provenientes de las ventas de *Vinos*, registraron una disminución de un 0,3% durante el tercer trimestre de 2016, explicado por mayores volúmenes vendidos, una mayor participación de la categoría Premium y un efecto negativo por tipo de cambio.

### 1.1.1. Ventas Mercado Exportación

Las ventas de exportación desde Chile y las filiales de distribución registraron una disminución de 2,2% en el trimestre totalizando Ch\$111.215 millones con respecto a los Ch\$113.726 millones alcanzados en el tercer trimestre de 2015. Este resultado refleja el crecimiento de 7,5% en los volúmenes comercializados durante el trimestre, los cuales fueron contrarrestados por efecto negativo producto de las variaciones de tipo de cambio y variaciones en el mix de venta.

De acuerdo al Banco Central de Chile, en el trimestre, el peso chileno se apreció frente a la libra (17,2%), dólar (2,3%), euro (1,9%), coronas sueca (2,7%) y noruega (3,5%), dólar canadiense (2,0%), peso mexicano (14,4%) y peso argentino (39,5%). En sentido contrario, el real brasilero fue la única moneda que tuvo efecto positivo como resultado de la depreciación del 6,6% que tuvo el peso chileno frente a ésta.

**Gráfico 1**  
**Total Exportaciones de Vino Embotellado por Región y Volumen**  
**(Considera Exportaciones desde Chile, Argentina, Estados Unidos y Filiales de Distribución)**  
**Tercer Trimestre 2016**



Durante el trimestre se observaron crecimientos en gran parte de los mercados de exportación, destacando Canadá (+8,2%) con un buen performance las marcas de Cono Sur, Palo Alto Reserva y Frontera. En Asia el volumen creció un 16,8%, destacando las ventas del portfolio de vinos finos de Concha y Toro (+12%), Cono Sur (+100%) y Maycas de Limarí (+370%). En Europa los volúmenes crecieron un 5,5%, destacando las ventas de Casillero del Diablo (+16%), Trivento Reserve (+31%), Frontera (+9) y Cono Sur Bicicleta (+11%). Otras regiones que mostraron crecimientos fueron: Sudamérica (+6,5%),

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

Centroamérica y el Caribe (+8,4%) y África (+60%). Por otro lado, Estados Unidos registró una caída de 5% durante el trimestre.

## **1.1.2. Ventas Mercado Doméstico, Chile**

Las ventas totales en el mercado doméstico registraron un crecimiento de 7,1% alcanzando los Ch\$20.182 millones. El volumen comercializado aumentó un 5,4%, sumando 2,2 millones de cajas de nueve litros, en tanto el precio promedio de venta aumentó un 1,6% en el periodo.

Las categorías de vinos Premium y Superiores crecieron en volumen un 6,8%, mientras las categorías Populares lo hicieron un 5,3%. Las categorías Premium y Superiores representaron un 8,0% del volumen total en el mercado doméstico y un 29,1% de las ventas valorizadas durante el trimestre.

En términos de participación de mercado a septiembre de 2016 la Compañía alcanzó un 27,7%, manteniendo su posicionamiento entre las tres principales viñas en el mercado doméstico de Chile.

## **1.1.3. Operación en Argentina**

Las ventas provenientes de la operación en Argentina (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) registraron un aumento de 7,0% alcanzando los Ch\$7.846 millones como resultado de crecimientos en los mercados de exportación (6,3%) y en el mercado doméstico (8,9%).

En términos de volumen, las exportaciones aumentaron un 10,3%, mientras que el mercado doméstico registró un crecimiento de 34,4%. En el trimestre, los volúmenes exportados totalizaron 342 mil cajas. En tanto, el volumen doméstico sumó 182 mil cajas.

El precio promedio del mercado doméstico expresado en dólares cayó un 19,8% alcanzando los US\$2,01 por litro durante el tercer trimestre, explicado por la depreciación del peso argentino frente al dólar estadounidense. En el mercado de exportaciones el precio promedio disminuyó un 0,5% alcanzando niveles de US\$3,09 por litro.

## **1.1.4. Operación en Estados Unidos (Fetzer)**

Durante el tercer trimestre de 2016, las ventas de Fetzer (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) aumentaron un 1,3% alcanzando los Ch\$17.122 millones, explicado por mayores ventas en el mercado doméstico de USA y en los mercados de exportación.

En términos de volumen, las ventas de vino embotellado registraron un aumento de 1,6% totalizando 503 mil cajas de nueve litros durante el tercer trimestre. Destaca el crecimiento de 20,0% en los volúmenes exportados, producto del buen desempeño de Anthony's Hill, Little Black Dress y 1000 Stories. Con respecto al mercado doméstico, las ventas de vino embotellado mostraron una leve disminución de 0,3%. En una línea diferente se vio un aumento del precio promedio de 6,3% en el mercado doméstico,

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

positivamente impactado por el éxito que han registrado las ventas de 1000 Stories luego de su lanzamiento en 2015.

## **1.2. Ventas Totales: Segmento Operativo de Otros**

Los Ingresos Consolidados provenientes de las ventas de *Otros* registraron un leve crecimiento de 0,2% durante el tercer trimestre.

### **1.2.1. Ventas Mercado Doméstico – Nuevos Negocios**

Las ventas de nuevos negocios, incluyendo la venta de cervezas Premium y licores, llevadas a cabo por la filial de distribución VCT Chile (ex-Comercial Peumo), aumentaron un 1,1% alcanzando una facturación de Ch\$11.447 millones. En término de volúmenes, durante el trimestre se registró un aumento de un 3,6% comercializando 5,8 millones de litros. A partir de septiembre, VCT Chile dejó distribuir las bebidas energéticas de Monster, producto del término del contrato de distribución.

### **1.2.2. Otros Ingresos**

Otros ingresos, que comprenden comisiones por servicios de embotellado, venta de fruta, entre otros, disminuyeron un 4,7% registrando ventas por Ch\$1.988 millones, en comparación al tercer trimestre del 2015.

## **2. Costos de Venta**

Durante el tercer trimestre, los costos totales aumentaron un 3,4% totalizando Ch\$105.870 millones desde Ch\$102.362 millones registrados en el tercer trimestre del 2015. El costo total como porcentaje de las ventas alcanzó un 62,3%, lo que representa un alza de 221 puntos base con respecto al tercer trimestre de 2015. El mayor costo de venta está principalmente explicado por un aumento en el costo del vino, lo que es reflejo de una menor oferta tras la caída de un 21% en los volúmenes de vino producidos en la vendimia del 2016 en Chile, altamente impactada por las lluvias que se tuvieron en abril. Un mayor costo de venta impactó negativamente el margen bruto, el cual alcanzó niveles de 37,7% como porcentaje de la venta, en comparación al 39,9% registrado en el tercer trimestre de 2015.

## **3. Gastos de Administración y Venta**

Los gastos de administración y ventas (incluyendo costos de distribución y gastos de administración) aumentaron 4,4% alcanzando Ch\$48.128 millones en el tercer trimestre de 2016, con respecto a los Ch\$46.111 millones registrado en el mismo periodo de 2015. Como porcentaje de la venta los gastos de administración y venta alcanzaron un 28,3% lo que representa un mayor gasto de 125 puntos base en el trimestre, este aumento está dado principalmente por un mayor gasto de distribución, producto de inversiones de marketing y promociones generadas en el trimestre.

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

## **4. Resultado Operacional**

Durante el tercer trimestre, el resultado Operacional disminuyó un 16,7% alcanzando Ch\$17.667 millones en comparación a Ch\$21.216 millones del tercer trimestre del 2015. El margen operacional, como porcentaje sobre la venta, alcanzó un 10,4%, en comparación al 12,5% de 2015. El resultado estuvo impactado por el efecto negativo registrado producto de las variaciones de tipo de cambio, un mayor costo de vino y un mayor gasto.

## **5. Resultado Operacional más Depreciación y Amortización**

En el tercer trimestre el resultado operacional más depreciación y amortización disminuyó un 12,1% registrando Ch\$23.889 millones en comparación a los Ch\$27.169 millones alcanzados en 2015. El margen como porcentaje sobre la venta alcanzó un 14,1% respecto al 16,0% obtenido en el tercer trimestre del 2015. La caída en el margen se explica por el impacto negativo derivado de las variaciones de tipo de cambio, un mayor costo de vino y un mayor gasto.

## **6. Resultado No Operacional**

El resultado no operacional tuvo un mejor resultado de Ch\$478 millones, disminuyendo la pérdida de Ch\$934 millones en el tercer trimestre de 2015 a Ch\$456 millones.

Los Gastos Financieros registraron un aumento de 8,6% totalizando Ch\$2.663 millones durante el trimestre, con respecto a los Ch\$2.452 millones obtenidos durante el tercer trimestre de 2015.

Al 30 de septiembre de 2016, la Deuda Financiera Neta<sup>1</sup> alcanzó los Ch\$193.841 millones, lo que representa una disminución de Ch\$36.430 millones frente a la registrada al 30 de septiembre de 2015.

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

Finalmente, la Utilidad Neta totalizó Ch\$13.512 millones, registrando una disminución de 14,6% en el trimestre, representando un margen neto de 8,0%. En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la utilidad neta por acción alcanzó los Ch\$18,1 por acción en comparación a los Ch\$21,2 por acción registrados durante el mismo periodo de 2015.

---

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

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

## Resultados Acumulados al 30 de septiembre de 2016

### 1. Ventas Totales

Los Ingresos Consolidados registraron un aumento de 7,0% alcanzando los Ch\$475.247 millones durante los primeros nueve meses del 2016. Este resultado se explica por el crecimiento en volumen en la mayoría de las áreas del negocio de vinos, impulsado por el crecimiento del segmento Premium. Destacaron por su dinamismo y contribución al crecimiento Premium, las filiales extranjeras Trivento y Fetzer Vineyards.

#### 1.1. Ventas Totales: Segmento Operativo de Vinos

Los Ingresos Consolidados, provenientes de las ventas de *Vinos*, aumentaron un 6,8% durante los primeros nueve meses de 2016, impulsados por mayores volúmenes comercializados y una mayor participación de la categoría Premium en las ventas, destacando el crecimiento en las exportaciones de vino desde Chile, Argentina y Estados Unidos, al igual que los mercados domésticos de Chile y Argentina.

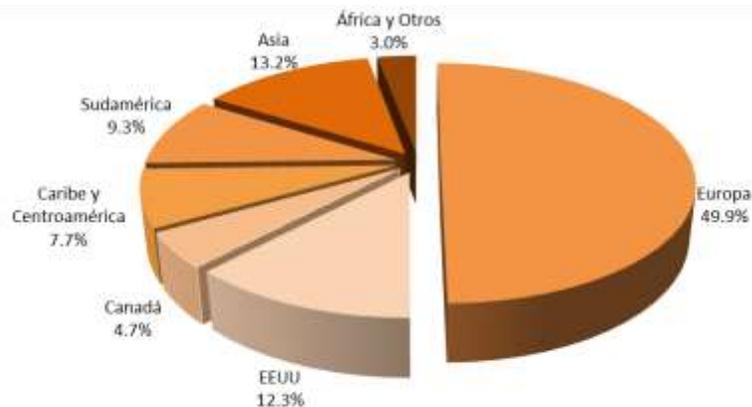
##### 1.1.1. Ventas Mercado Exportación

Las ventas de exportación desde Chile y las filiales de distribución registraron un crecimiento de 5,8% en los primeros nueve meses del 2016 totalizando Ch\$312.033 millones con respecto a los Ch\$295.053 millones alcanzados en el mismo periodo de 2015. Este aumento se explica por un crecimiento de 6,8% en los volúmenes comercializados durante el periodo.

De acuerdo al Banco Central de Chile, durante los primeros nueve meses del 2016, el peso chileno se depreció frente al dólar (6,2%), Euro (6,4%), Corona Sueca (6,4%), Corona Noruega (0,1%) y al dólar canadiense (1,3%). En tanto, el peso se apreció frente al real brasileño (5,3%), libra esterlina (3,6%), peso mexicano (9,6%) y peso argentino (34,5%).

# VIÑA CONCHA Y TORO

**Gráfico 2**  
**Total Exportaciones de Vino Embotellado por Región y Volumen**  
**(Considera Exportaciones desde Chile, Argentina, Estados Unidos y Filiales de Distribución)**  
**Primeros Nueve Meses de 2016**



Durante los primeros nueve meses se observaron crecimientos en gran parte de los mercados de exportación, destacando Asia (22%), con un buen performance de China (+70%), Japón (+12%), Corea del Sur (+14%) y Singapur (+31%), impulsado por el crecimiento de Casillero del Diablo. En Canadá las ventas aumentaron un 11,6%, destacando el performance de Casillero del Diablo, Frontera, Palo Alto Reserva, Cono Sur Bicicleta y Bonterra. En Europa los volúmenes crecieron un 6,6%, impulsados por las ventas de Casillero del Diablo (+20%), Frontera (+18%), Cono Sur Bicicleta (+16%), Trivento Reserve (+52%) y Bonterra (+6%). Otras regiones que mostraron crecimientos fueron Sudamérica (6,1%), Centroamérica y el Caribe (8,8%) y África (+25%). En sentido contrario, Estados Unidos registró una caída de 6,7%.

## 1.1.2. Ventas Mercado Doméstico, Chile

Las ventas totales en el mercado doméstico registraron un crecimiento de 9,9% alcanzando los Ch\$52.359 millones. El volumen comercializado aumentó un 6,4% sumando 5,9 millones de cajas de nueve litros, en tanto el precio promedio de venta aumentó un 3,2% en el periodo.

Las categorías de vinos Premium y Superiores crecieron en volumen un 12,8% siguiendo la tendencia que ha mostrado el mercado en los últimos años. En tanto, las categorías Populares lo hicieron en un 6,0%. Las categorías Premium y Superiores representaron un 7,8% del volumen total en el mercado doméstico y un 28,5% de las ventas valorizadas durante los primeros nueve meses del 2016.

En términos de participación de mercado a junio de 2016 la Compañía alcanzó un 27,7%, manteniendo su posicionamiento entre las tres principales viñas en el mercado doméstico de Chile.

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

## 1.1.3. Operación en Argentina

Las ventas provenientes de la operación en Argentina (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) registraron un aumento de 14,7% alcanzando los Ch\$21.086 millones como resultado de crecimientos en los mercados de exportación (14,9%) y en el mercado doméstico (14,0%).

En términos de volumen, las exportaciones aumentaron un 11,0%, mientras que en el mercado doméstico se registró un crecimiento de 48,7%. Durante el 2016, los volúmenes exportados totalizaron 893 mil cajas. En tanto, el volumen doméstico sumó 569 mil cajas.

El precio promedio del mercado doméstico expresado en dólares cayó un 16,7% alcanzando los US\$1,8 por litro durante el 2016, explicado por la depreciación del peso argentino frente al dólar estadounidense. En el mercado de exportaciones el precio promedio disminuyó un 2,7% alcanzando niveles de US\$3,11 por litro.

## 1.1.4. Operación en Estados Unidos (Fetzer)

Durante el 2016, las ventas de Fetzer (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) aumentaron 7,6% alcanzando los Ch\$47.343 millones, explicado por mayores ventas en el mercado doméstico de Estados Unidos y en los mercados de exportación.

En términos de volumen, las ventas de vino embotellado registraron un aumento de 7,4% totalizando 1,5 millones de cajas de nueve litros durante los primeros nueve meses del 2016. Destaca el crecimiento de 5,7% en el mercado doméstico, impulsado por mayores ventas de las marcas Bonterra (4%), Anthony's Hill (16%) y el Zinfandel 1000 Stories (407%). Por su parte, las exportaciones aumentaron un 24,5% durante el 2016, siguiendo la positiva tendencia del último año con un buen desempeño de las marcas Fetzer y Bonterra.

## 1.2. Ventas Totales: Segmento Operativo de Otros

Los Ingresos Consolidados provenientes de las ventas de *Otros* registraron un crecimiento de 8,7% durante los primeros nueve meses del 2016, impulsado por el crecimiento en la distribución de licores, cervezas, bebidas energéticas y agua mineral en Chile.

### 1.2.1. Ventas Mercado Doméstico – Nuevos Negocios

Las ventas de nuevos negocios, incluyendo la venta de cervezas Premium y licores, llevadas a cabo por la filial de distribución VCT Chile (ex-Comercial Peumo), aumentaron un 11,7% alcanzando una facturación de Ch\$37.338 millones. En término de volúmenes, durante los primeros nueve meses se registró un aumento del 12,5% comercializando 18,9 millones de litros.

A partir de septiembre, VCT Chile dejó distribuir las bebidas energéticas de Monster, producto del término del contrato de distribución.

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

## 1.2.2. Otros Ingresos

Otros ingresos, que comprenden comisiones por servicios de embotellado, venta de fruta, entre otros, disminuyeron un 9,2% registrando ventas por Ch\$5.089 millones, en comparación al mismo periodo del 2015.

## 2. Costos de Venta

Durante los primeros nueve meses del 2016, los costos totales aumentaron un 6,6% totalizando Ch\$293.841 millones desde Ch\$275.683 millones registrados durante el 2015. El costo total como porcentaje de las ventas alcanzó un 61,8%, lo que representa una mejoría de 24 puntos base con respecto al mismo periodo de 2015. Esta mejoría impactó positivamente el margen bruto, alcanzando un 38,2% como porcentaje de la venta, en comparación al 37,9% registrado en 2015. El menor costo como porcentaje de la venta es explicado por un menor costo del vino proveniente de la vendimia 2015, que a contar del tercer trimestre se ve compensada por un nuevo costo de vino (más alto) proveniente de la vendimia 2016 que registró una caída del 21% en los volúmenes cosechado.

## 3. Gastos de Administración y Venta

Los gastos de administración y ventas (incluyendo costos de distribución y gastos de administración) aumentaron 8,8% alcanzando Ch\$131.637 millones en los primeros nueve meses de 2016, con respecto a los Ch\$120.942 millones registrado en el mismo periodo del 2015. Como porcentaje de la venta los gastos de administración y venta alcanzaron un 27,7%.

## 4. Resultado Operacional

Durante el 2016, el Resultado Operacional aumentó un 9,7% alcanzando Ch\$51.359 millones en comparación a Ch\$46.813 millones registrados durante el 2015. El margen operacional, como porcentaje sobre la venta, aumentó en 27 puntos base desde 10,5% registrado durante el mismo periodo del 2015, alcanzando un 10,8% sobre la venta. El crecimiento se generó producto de las mayores ventas y un mejor tipo de cambio contra el año anterior, compensándose por la entrada de la vendimia 2016 en el tercer trimestre.

## 5. Resultado Operacional más Depreciación y Amortización

Durante los primeros nueve meses del 2016, el resultado operacional más depreciación y amortización aumentó un 7,3% registrando Ch\$67.328 millones en comparación a los Ch\$62.750 millones alcanzados en 2015. El margen como porcentaje sobre la venta alcanzó un 14,2%, con respecto al 14,1% obtenido durante el 2015.

## 6. Resultado No Operacional

El resultado no operacional registró una pérdida de Ch\$5.152 millones, con respecto a la pérdida de Ch\$3.870 millones registrados durante el 2015. Durante los nueve meses del 2016, se registró un menor resultado proveniente de empresas relacionadas, producto de una menor utilidad generada por Excelsior, producto de una mayor inversión en la activación y promoción del

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

portfolio chileno y argentino en Estados Unidos, necesaria para generar un mayor posicionamiento y así retomar el crecimiento, de cara al futuro, en el mercado estadounidense.

Los Gastos Financieros se mantuvieron en los niveles del 2015 totalizando Ch\$7.435 millones durante los primeros nueve meses del 2016, con respecto a los Ch\$7.408 millones obtenidos durante el 2015.

Al 30 de septiembre de 2016, la Deuda Financiera Neta<sup>2</sup> alcanzó los Ch\$193.841 millones, lo que representa una disminución de Ch\$36.430 millones frente a la registrada al 30 de septiembre de 2015.

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

Finalmente, la Utilidad Neta atribuible a los Controladores de la Compañía aumentó un 7,4% alcanzando Ch\$34.057 millones, representando un margen sobre la venta de 7,2%. En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la Utilidad Neta por acción alcanzó los Ch\$45,6 por acción en comparación a los Ch\$42,5 por acción registrados durante el mismo periodo de 2015.

---

<sup>2</sup> Deuda Financiera Neta: Otros pasivos financieros Corrientes + Otros pasivos financieros no corriente – Caja y equivalente al efectivo – Derivados de cobertura.

# VIÑA CONCHA Y TORO

---

## Balance Consolidado

### Activos

Al 30 de septiembre de 2016, los activos totales de Viña Concha y Toro alcanzaron los Ch\$999.557 millones, cifra que representa un aumento de 1,8% con respecto al 30 de septiembre de 2015. El aumento se explica principalmente por mayores niveles de Cuentas por Cobrar, Activo Fijo y Otros Activos Financieros No Corrientes.

### Pasivos

Al 30 de septiembre de 2016, la Deuda Financiera Neta<sup>3</sup> alcanzó los Ch\$193.841 millones, lo que representa una disminución de Ch\$36.430 millones frente a la Deuda Financiera Neta registrada al 30 de septiembre de 2015.

\* \* \* \* \*

### Acerca de Viña Concha y Toro

Viña Concha y Toro es el productor de vinos líder de Latinoamérica cuyos productos son distribuidos en 147 países. Fundada en 1883 por Don Melchor Concha y Toro, la Compañía produce y vende vinos finos bajo las etiquetas: Don Melchor, Amelia, Terrunyo, Marques de Casa Concha, Trío, Casillero del Diablo, Sunrise y Frontera. La Compañía posee cerca de 9.337 hectáreas plantadas en Chile, 1.140 hectáreas plantadas en Argentina y 469 hectáreas plantadas en Estados Unidos (Al 30 de septiembre de 2016).

Viña Concha y Toro ha estado listada en la Bolsa de Comercio de Santiago desde 1933 bajo el memotécnico "Conchatoro". En 1994, se convirtió en la primera viña a nivel mundial en estar listada en la Bolsa de Nueva York bajo el memotécnico "VCO". Al 30 de septiembre de 2016, la Compañía posee 3.507 trabajadores y sus oficinas están ubicadas en Santiago de Chile.

### 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 are 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.

---

<sup>3</sup> 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 En Miles de Pesos Chilenos

Estado de Resultados Consolidado	3Q2016 Miles Ch\$	3Q2015 Miles Ch\$	Variación %	9M 2016 Miles Ch\$	9M 2015 Miles Ch\$	Variación %
Ingreso de Actividades Ordinarias	169,800,467	170,206,249	-0.2%	475,247,227	444,128,241	7.0%
Costo de Ventas	(105,870,472)	(102,362,361)	3.4%	(293,841,231)	(275,683,001)	6.6%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>63,929,995</b>	<b>67,843,888</b>	<b>-5.8%</b>	<b>181,405,996</b>	<b>168,445,240</b>	<b>7.7%</b>
Otros Ingresos (por función)	2,319,062	380,668	509.2%	2,925,367	1,152,299	153.9%
Costos de Distribución	(37,638,673)	(37,525,794)	0.3%	(103,852,517)	(95,365,618)	8.9%
Gastos de Administración	(10,489,421)	(8,585,510)	22.2%	(27,784,935)	(25,576,758)	8.6%
Otros Gastos (por función)	(454,074)	(896,835)	-49.4%	(1,334,967)	(1,841,850)	-27.5%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>17,666,889</b>	<b>21,216,417</b>	<b>-16.7%</b>	<b>51,358,944</b>	<b>46,813,313</b>	<b>9.7%</b>
Ingresos Financieros	84,692	84,524	0.2%	631,829	505,195	25.1%
Costos Financieros	(2,663,352)	(2,452,382)	8.6%	(7,435,237)	(7,408,035)	0.4%
Part en Gan (Pérd) de Asoc y Neg Conj que se contabilizan usando el método de la participación	2,377,806	3,287,365	-27.7%	2,510,242	4,245,365	-40.9%
Diferencias de Cambio	(265,892)	(1,512,802)	-82.4%	(932,688)	(449,742)	107.4%
Resultado por Unidades de Reajuste	10,171	(340,474)	-103.0%	73,525	(762,968)	-109.6%
<b>Ganancia Antes de Impuesto</b>	<b>17,210,314</b>	<b>20,282,648</b>	<b>-15.1%</b>	<b>46,206,615</b>	<b>42,943,128</b>	<b>7.6%</b>
Gasto por Impuesto a las Ganancias	(3,680,331)	(4,485,442)	-17.9%	(11,877,770)	(11,028,192)	7.7%
<b>Ganancia Neta</b>	<b>13,529,983</b>	<b>15,797,206</b>	<b>-14.4%</b>	<b>34,328,845</b>	<b>31,914,936</b>	<b>7.6%</b>
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>13,512,239</b>	<b>15,826,333</b>	<b>-14.6%</b>	<b>34,057,391</b>	<b>31,714,482</b>	<b>7.4%</b>
Ganancia (pérdida) atribuible a participación no controladoras	17,744	(29,127)	-160.9%	271,454	200,454	35.4%
<b>Resultado Operacional más Depreciación y Amortización</b>	<b>23,889,005</b>	<b>27,169,373</b>	<b>-12.1%</b>	<b>67,327,648</b>	<b>62,750,444</b>	<b>7.3%</b>
Resultado Operacional	17,666,889	21,216,417	-16.7%	51,358,944	46,813,313	9.7%
Depreciación	(15,220,853)	(15,127,750)	3.8%	15,220,853	15,127,750	0.6%
Amortización	(747,851)	(809,381)	18.3%	747,851	809,381	-7.6%

# VIÑA CONCHA Y TORO

Viña Concha y Toro S.A.  
Balance Consolidado  
En Miles de Pesos Chilenos

	Cierre al 30 septiembre,2016	Cierre al 30 septiembre,2015
<b>Activos</b>		
Efectivo y Efectivo Equivalente	25.393.040	22.930.475
Inventarios	265.359.683	266.131.823
Cuentas por Cobrar	175.905.794	172.428.932
Activos Biológicos	13.753.679	13.095.216
Otros Activos Corriente	30.343.687	39.912.609
<b>Total Activos Corriente</b>	<b>510.755.883</b>	<b>514.499.055</b>
Propiedades, Planta y Equipo, Neto	355.525.410	348.029.560
Inversiones cont. usando el método de la participación	21.898.929	22.394.617
Otros Activos No Corriente	111.376.422	97.102.233
<b>Total Activos No Corriente</b>	<b>488.800.761</b>	<b>467.526.410</b>
<b>Total Activos</b>	<b>999.556.644</b>	<b>982.025.465</b>
<b>Pasivos</b>		
Otros Pasivos Financieros Corrientes	126.913.161	87.401.838
Otros Pasivos Corrientes	197.858.125	178.313.668
<b>Total Pasivos Corriente</b>	<b>324.771.286</b>	<b>265.715.506</b>
Otros Pasivos Financieros no corrientes	115.501.770	229.911.835
Otros Pasivos No Corrientes	52.196.452	49.139.118
<b>Total Pasivos No Corriente</b>	<b>167.698.222</b>	<b>279.050.953</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>492.469.508</b>	<b>544.766.459</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital Emitido	84.178.790	84.178.790
Ganancias (pérdidas) acumuladas	419.183.370	384.822.261
Otras Reservas	2.357.031	-33.019.601
<b>Patrimonio Atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>505.719.191</b>	<b>435.981.450</b>
Participaciones no controladoras	1.367.945	1.277.556
<b>Total Patrimonio</b>	<b>507.087.136</b>	<b>437.259.006</b>
<b>Total de Patrimonio y Pasivos</b>	<b>999.556.644</b>	<b>982.025.465</b>