

Resultados Consolidados Tercer Trimestre y Acumulados a Septiembre de 2019

Santiago, Chile, 07 de noviembre de 2019 - Viña Concha y Toro S.A. (“La Compañía” o “Concha y Toro”) (IPSA: Conchatoro), una 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, al 30 de septiembre de 2019.

Las cifras consolidadas del siguiente análisis están expresadas en conformidad a las normas e instrucciones de la Comisión para el Mercado Financiero, las cuales están de acuerdo a la normativa IFRS. Para un mejor entendimiento de los resultados, en algunos casos el análisis también se presenta a tipo de cambio constante. Es decir, con cifras de 2018 convertidas a la moneda de reporte usando el tipo de cambio del mismo período de 2019. Es posible que, debido al redondeo de cifras, los números presentados a lo largo de este documento no coincidan exactamente con los totales proporcionados y los porcentajes pueden no reflejar con precisión las cifras absolutas.

Durante 2019 y 2018, se generaron diversos gastos y costos no recurrentes (INR), principalmente asociados a la reestructuración interna de la compañía. Para un mejor entendimiento de los resultados, presentamos también en forma comparativa información excluyendo los referidos ítems. Así, a lo largo del presente documento, las referencias a información “Ajustada”, no deberá entenderse como información reportada, sino aquélla en la que se han aislado los referidos costos y gastos.

Destacados 3T19

- La venta consolidada fue de Ch\$164.000 millones, +6,5% a/a.
- El EBITDA ajustado creció 38,6% hasta Ch\$28.873 millones. El margen EBITDA ajustado se expandió 410pb hasta 17,6%.
- La utilidad neta fue de Ch\$17.008 millones, 3,3% inferior a/a, reflejando un ingreso no recurrente en 3T18 y mayores impuestos. La utilidad neta ajustada aumentó 25,5% hasta Ch\$17.296 millones.

Destacados 9M19

- La venta consolidada fue de Ch\$460.264 millones, 7,1% a/a.
- El EBITDA ajustado creció 22,1% hasta Ch\$72.509 millones. El margen EBITDA ajustado se expandió 190pb hasta 15,8%.
- La utilidad neta fue de Ch\$36.322 millones, 3,3% inferior a/a, reflejando un ingreso no recurrente en 3T18 y mayores impuestos. La utilidad neta ajustada aumentó 2,8% hasta Ch\$37.898 millones.

Comentarios del CEO

Nos es grato presentar un nuevo trimestre positivo para Viña Concha y Toro. Los aspectos más destacados de este período incluyen un crecimiento del 39% en el EBITDA ajustado y una expansión del margen de 410pb a 17,6%. Este resultado refleja el crecimiento en volumen de las marcas prioritarias en los mercados de exportación, un mejor mix en el mercado nacional, en línea con nuestra nueva orientación comercial, y un costo del vino más favorable luego de la cosecha de 2019.

La venta de vino creció un 8,1%, impulsada por las exportaciones desde los tres orígenes de la Compañía. Las exportaciones de Chile y las oficinas de distribución mostraron un incremento de 15,3% con un alza de 13% en volumen. En la mayoría de los mercados regionales se registró un desempeño positivo. En Asia, la Compañía experimentó un fuerte aumento en Japón y China; en Europa, la expansión fue liderada por los Países Bajos, Irlanda y Dinamarca y, en América Latina, por Brasil y México.

El crecimiento fue impulsado por las marcas prioritarias de la Compañía. Las marcas de la categoría Invest crecieron un 15,1% en volumen con resultados sólidos en los tres orígenes. Nuestra marca Principal, Casillero del Diablo, creció un 8,6%, con un dinamismo en sus mercados clave. Por otra parte, aquellas marcas en la categoría Protect registraron un aumento de volumen de 7,2%.

Las exportaciones y envíos desde Argentina registraron un sólido aumento de volumen del 49%, impulsado por el mercado del Reino Unido, en donde la marca Trivento Reserve ocupa una posición de liderazgo y mantiene su sitial como el Malbec de mayor venta en este mercado.

En los EE.UU., el portfolio doméstico de Fetzer Vineyards registró aumentos de volumen y valor mostrando un desempeño positivo en las marcas prioritarias. Por otro lado, las ventas del portfolio importado disminuyeron en valor en un contexto desafiante y de alta competencia. Así, la compañía está invirtiendo en el reposicionamiento y visibilidad de sus marcas con activaciones y mayor actividad promocional.

Asimismo, estacamos el desempeño en el mercado doméstico de Chile, donde se evidencia un mejoramiento del mix de venta, impulsado por un aumento de 22,9% en el volumen de vino premium y con tasas de crecimiento de dos dígitos en Casillero del Diablo, sus extensiones premium, Marques de Casa Concha y el exitoso lanzamiento de Diablo.

En el trimestre, el Resultado Operacional y el Resultado Operacional ajustado aumentaron 22,9% y 59,1%, respectivamente. Esto se explica principalmente por mayores ventas en marcas prioritarias y mercados clave y un menor costo del vino en Chile y Argentina, lo que refleja el efecto de la cosecha de 2019 en costos y ahorros internos.

Este resultado está en línea con los objetivos establecidos en la nueva estrategia comercial de la Compañía y los cambios resultantes del proceso de reestructuración llevado a cabo en los últimos dos años, y asimismo son evidencia de su impacto positivo en los objetivos de crecimiento y rentabilidad establecidos para 2022.

Resultados 3T19

1. Venta Consolidada

Los ingresos totalizaron Ch\$164.000 millones, con un alza de 6,5% a/a sobre la base reportada y 3,1% en moneda constante. Este es el resultado de un crecimiento de 8,1% en la venta de vino, principalmente en exportaciones, con un sólido desempeño de las marcas foco. En línea con la nueva estrategia comercial, el volumen de la marca Principal, Casillero del Diablo, aumentó 8,6% y las categorías Invest y Protect crecieron 15,1% y 7,2%, respectivamente. El segmento Otros cayó 17,3%, explicado por menores ventas de productos y servicios.

Ventas por Segmento Operativo

Ventas ⁽¹⁾ (millones de Ch\$)	3T19	3T18	Var (%)	9M19	9M18	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽²⁾	96.958	84.079	15,3%	282.102	250.046	12,8%
Chile Mercado Doméstico - Vino	24.104	23.590	2,2%	60.441	58.291	3,7%
Argentina Mercado Doméstico	1.233	1.590	(22,5%)	3.094	4.139	(25,2%)
Argentina Export. Directas ⁽³⁾	2.981	2.616	14,0%	7.407	6.596	12,3%
USA Mercado Doméstico	28.224	30.695	(8,1%)	77.203	70.381	9,7%
USA Export. Directas ⁽³⁾	2.848	2.105	35,3%	7.014	5.766	21,6%
Total Segmento Vinos	156.348	144.675	8,1%	437.261	395.219	10,6%
Nuevos Negocios ⁽⁴⁾	5.551	5.971	(7,0%)	16.359	25.658	(36,2%)
Otros Ingresos	2.101	3.284	(36,0%)	6.644	8.680	(23,5%)
Total Segmento Otros	7.652	9.255	(17,3%)	23.003	34.338	(33,0%)
Total Ventas	164.000	153.930	6,5%	460.264	429.557	7,1%

Volumen ⁽¹⁾ (miles de litros)	3T19	3T18	Var (%)	9M19	9M18	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽²⁾	46.898	41.513	13,0%	134.024	126.632	5,8%
Chile Mercado Doméstico - Vino	19.404	20.613	(5,9%)	51.110	51.968	(1,7%)
Argentina Mercado Doméstico	1.388	1.789	(22,4%)	3.457	4.185	(17,4%)
Argentina Mercados Exportación ⁽³⁾	1.170	1.140	2,6%	2.980	3.041	(2,0%)
USA Mercado Doméstico	8.896	8.118	9,6%	25.276	25.122	0,6%
USA Mercados Exportación ⁽³⁾	714	607	17,6%	1.786	1.686	5,9%
Total Segmento Vinos	78.470	73.780	6,4%	218.633	212.634	2,8%
Nuevos Negocios ⁽⁴⁾	3.477	3.723	(6,6%)	9.610	13.347	(28,0%)
Total Segmento Otros	3.477	3.723	(6,6%)	9.610	13.347	(28,0%)
Total Volumen	81.947	77.503	5,7%	228.243	225.981	1,0%

Precio Promedio ⁽⁵⁾ (por litro)		3T19	3T18	Var (%)	9M19	9M18	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽²⁾	US\$	3,13	3,30	(5,2%)	3,27	3,35	(2,5%)
Chile Mercado Doméstico - Vino	Ch\$	1.243	1.145	8,6%	1.184	1.123	5,4%
Argentina Mercado Doméstico	US\$	1,29	1,50	(13,9%)	1,42	1,88	(24,2%)
Argentina Mercados Exportación ⁽³⁾	US\$	3,70	3,91	(5,3%)	3,71	3,58	3,6%
USA Mercado Doméstico	US\$	4,48	5,69	(21,3%)	4,44	4,42	0,5%
USA Mercados Exportación ⁽³⁾	US\$	5,62	5,22	7,7%	5,72	5,43	5,3%

(1) Incluye ventas de vino granel.

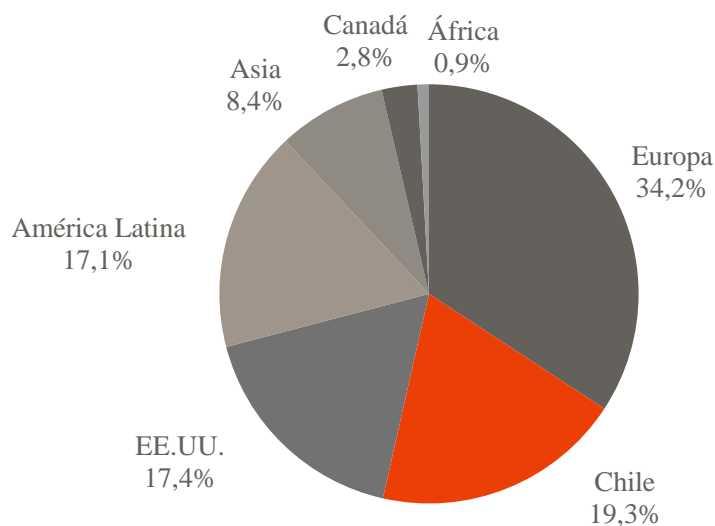
(2) Considera exportaciones directas de Chile a terceros y ventas de productos elaborados en Chile, Argentina y EE.UU., a través de filiales de distribución (Reino Unido, Nórdicos, Brasil, Singapur, México). Excluye productos comercializados en los EE.UU.

(3) No considera venta de sus productos a través de filiales de distribución. Para una mejor comprensión de la evolución de las ventas por origen, en particular de Argentina, se provee de una apertura de su venta total, esto es, exportación directa a terceros y la venta a terceros a través de las filiales de la Compañía, en las secciones 1.1.3 y 1.1.4.

(4) Incluye venta de cerveza y licores.

(5) Excluye ventas de vino granel.

Ingresos por Área Geográfica 3T19



1.1. Segmento Operativo Vinos

1.1.1. Mercados de Exportación

Mercados de Exportación incluye las exportaciones desde Chile y a través de las filiales de distribución, excepto EE.UU.. Las ventas de Mercados de Exportación totalizaron Ch\$96.958 millones, con un alza de 15,3%, como resultado de un aumento de 13,0% en el volumen a lo largo de los mercados, liderado por las marcas de las categorías Principal, Invest y Protect, lo que está en línea con la nueva estrategia comercial.

Las ventas en Asia aumentaron 39,7% en valor, impulsadas por Japón y China. En Europa, Holanda, Irlanda y Bélgica lideraron el crecimiento de la venta, que alcanzó 6,1% en valor. Centro América y el Caribe creció 13,4%, principalmente por el desempeño de México y Panamá. Sudamérica aumentó 51,0%, con un desempeño destacado en Brasil, Ecuador y Colombia. En Canadá la venta disminuyó 16,9%.

Al comparar con el mismo trimestre del año anterior, en promedio, el peso chileno se depreció frente al dólar (6,2%), real brasilero (5,7%), dólar canadiense (5,3%), peso mexicano (3,7%), Euro (1,9%) y la libra esterlina (0,8%). El peso chileno se apreció frente a la corona noruega (0,7%), y la corona sueca (0,5%)¹.

¹ Cálculos realizados sobre datos del Banco Central de Chile.

1.1.2. Chile Mercado Doméstico - Vino

La venta de vino en el mercado doméstico totalizó Ch\$24.104 millones, 2,2% superior al mismo trimestre de 2018. Esto es el resultado de un alza de 8,6% en el precio promedio, debido a una importante mejora en el mix de venta. La venta de vino Premium creció 22,9% en volumen, liderada por Casillero del Diablo, sus extensiones superiores de marca, Marques de Casa Concha y el exitoso lanzamiento de Diablo. La venta no premium cayó 8,7% en volumen.

El desempeño del volumen fue diverso a través de la Matriz de Marcas. Mientras que las categorías Principal e Invest mostraron expansiones de 23% y 29%, respectivamente, Protect y Watch disminuyeron 10% y 1,8%, en cada caso.

1.1.3. Argentina

En Argentina, la variación de la venta refleja su reorientación hacia mercados clave y salida de productos de menor rentabilidad, así como la difícil situación macroeconómica y fluctuaciones cambiarias que inciden sobre la venta doméstica.

Las exportaciones totales desde Argentina crecieron 51,9% en valor, como resultado de alzas de 84,2% en envíos a las oficinas de distribución y de 14,0% en exportaciones directas. El volumen de ventas aumentó 48,6%, con un alza de 75,3% en las oficinas de distribución, lideradas por las marcas Invest de Trivento. El volumen de exportaciones directas aumentó 2,6%.

En el mercado doméstico, que representa el 0,8% de la venta consolidada, los ingresos cayeron 22,5% en pesos chilenos, (CLP/ARS promedio cayó 33% a/a) y el volumen cayó 22,4%.

Ventas Argentina (millones de Ch\$)	3T19	3T18	Var (%)
Exportaciones	8.655	5.697	51,9%
Directas a terceros	2.981	2.616	14,0%
Oficinas de distribución	5.674	3.081	84,2%
Mercado doméstico	1.233	1.590	(22,5%)
Total Argentina	9.888	7.287	35,7%
Volumen Argentina (miles de litros)	3T19	3T18	Var (%)
Exportaciones	4.605	3.099	48,6%
Directas a terceros	1.170	1.140	2,6%
Oficinas de distribución	3.435	1.959	75,3%
Mercado doméstico	1.388	1.789	(22,4%)
Total Argentina	5.993	4.888	22,6%

1.1.4. USA

Las ventas de USA Mercado Doméstico incluyen a la filial Fetzer Vineyards y las ventas de vinos importados desde Chile y Argentina, actualmente comercializadas por Fetzer Vineyards, luego de la integración del negocio de distribución en el mercado de EE.UU. (adquisición de Excelsior Wine Company en Julio de 2018).

En el mercado doméstico de USA las ventas se redujeron 8,1% y el volumen aumentó 9,6%, como resultado de un desempeño mixto de los portfolios: (i) las marcas de Fetzer Vineyards crecieron en volumen y valor. (ii) El portfolio importado creció en volumen y disminuyó en valor, reflejando una mayor actividad promocional, que resultó en un menor precio promedio.

El crecimiento del volumen fue encabezado por Fetzer, Bonterra y 1000 stories, del portfolio local, por Trivento Reserve de Argentina, y por Frontera de Chile.

Las exportaciones de USA aumentaron 9,2%, por un alza de 35,3% en exportaciones directas y una baja de 39,0% en los envíos a las filiales de distribución. Esto refleja cambios estratégicos de abastecimiento y la salida de productos de menor rentabilidad. El precio promedio de las exportaciones totales fue de US\$5,62 por litro (+7,7%)

Ventas Fetzer Vineyards (millones de Ch\$)	3T19	3T18	Var (%)
Exportaciones	3.544	3.245	9,2%
Directas a terceros	2.848	2.105	35,3%
Oficinas de distribución	696	1.140	(39,0%)
Mercado doméstico	28.224	30.695	(8,1%)
Total Fetzer Vineyards	31.768	33.940	(6,4%)
Volumen Fetzer Vineyards (miles de litros)	3T19	3T18	Var (%)
Exportaciones	910	1.016	(10,4%)
Directas a terceros	714	607	17,6%
Oficinas de distribución	196	409	(52,1%)
Mercado doméstico	8.896	8.118	9,6%
Total Fetzer Vineyards	9.806	9.134	7,4%

1.2. Segmento Operativo Otros

El segmento *Otros* tuvo una baja de 17,3% en el trimestre, principalmente por menores ventas de productos y servicios no vino, en parte explicados por el término del contrato de distribución de licores Diageo. Por su parte, las cervezas premium Kross y Estrella Damm mostraron crecimientos de 77,1% y 114,6%, respectivamente.

2. Costo de Ventas

El costo de ventas fue de Ch\$102.171 millones, 0,8% bajo la cifra de 3T18. El ratio de costos sobre la venta fue de 62,3%, 460pb menor que en 3T18, principalmente debido a un menor costo del vino, reflejando la entrada de la cosecha 2019 en los costos, y ahorros internos.

En 3T18, la Compañía registró costos no recurrentes por Ch\$938 millones, relacionados con el proceso de reestructuración.

3. Gastos de Administración y Venta (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución y gastos de administración) sumaron Ch\$40.009 millones, lo que se compara con Ch\$39.033 millones en el 3T18, representando un alza de 2,5%. Como porcentaje de la venta, los GAV fueron 24,4%, 100pb menores al ratio en 3T18.

En 3T19 y 3T18, la Compañía registró gastos no recurrentes, tales como consultorías e indemnizaciones relacionados al proceso de reestructuración por Ch\$125 millones y Ch\$1.484 millones, respectivamente. El ratio GAV sobre ventas ajustado por estos INR bajó 10pb hasta 24,3%.

4. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos y gastos registraron una pérdida por Ch\$369 millones en 3T19, lo que se compara con una ganancia de Ch\$5.544 millones en 3T18. En 3T18, la Compañía registró un ingreso no recurrente por Ch\$6.218 millones, correspondiente a una revalorización de inversiones en el contexto de la compra del 50% restante de la propiedad de Excelsior en Julio de 2018. En 3T19, la Compañía registró gastos no recurrentes de reestructuración por Ch\$162 millones.

Otros Ingresos y Gastos ajustados por INR fueron pérdidas por Ch\$207 millones y Ch\$674 millones en 3T19 y 3T18, respectivamente.

5. Resultado Operacional

Las ganancias de actividades operacionales fueron Ch\$21.452 millones, con un alza de 22,9% frente a los Ch\$17.457 millones del 3T18. Excluyendo INR, el resultado operacional ajustado fue de Ch\$21.739 millones en 3T19, con un aumento de 59,1%². Esto se explica principalmente por mayores ventas en marcas prioritarias, en línea con la nueva estrategia comercial, un menor costo del vino en Chile y Argentina y un impacto cambiario positivo. El margen operacional fue de 13,1%, con un aumento de 170pb frente a 3T18 y el margen operacional ajustado se expandió 440pb hasta 13,3%.

² Para facilitar el análisis, en la página 17 se presenta un Estado de Resultados Ajustado por costos y gastos de reestructuración y otros gastos no recurrentes (INR).

6. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización) fue de Ch\$28.586 millones en 3T19, 16,1% superior a lo reportado en 3T18. El margen EBITDA fue de 17,4%, 140pb sobre el nivel de 3T18. Excluyendo INR, el EBITDA ajustado alcanzó Ch\$28.873 millones (+38,6% a/a) y el margen EBITDA ajustado fue de 17,6% en 3T19 (+410pb).³

7. Resultado No Operacional

En 3T19, el resultado no operacional fue de Ch\$1.262 millones, lo que se compara con un resultado de Ch\$1.606 millones en 3T18. Esto se atribuye principalmente a menores ganancias por diferencias de cambio y mayores costos financieros.

Los costos financieros netos de ingresos financieros y de unidades de reajuste fueron de Ch\$3.186 millones, con un aumento de 13,7%. Esto refleja un mayor nivel de deuda, que la Compañía considera transitorio. En agosto de 2019, en un contexto de bajas tasas de interés, la compañía colocó un bono para pagar vencimientos en 2019 y 2020.

8. Impuestos a las Ganancias

El gasto por impuestos a las ganancias fue de Ch\$5.641 millones, superior a los Ch\$1.368 millones registrados en 3T18. La diferencia refleja: (i) una ganancia no tributable reportada en 3T18 por Ch\$6.218 millones por revalorización de inversiones, y (ii) el impacto cambiario sobre los impuestos de la filial Trivento en Argentina.

9. Ganancia y Ganancias por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de Ch\$17.008 millones, con una disminución de 3,3% desde los Ch\$17.585 millones registrados en 3T18.

Excluyendo ítems extraordinarios, la ganancia aumentó 25,5% y el margen neto fue aumentó 160pb hasta 10,5%. Esto se explica principalmente por mayores ventas de marcas prioritarias y un menor costo del vino.³

En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la ganancia por acción de Concha y Toro totalizó Ch\$22,77, bajo los Ch\$23,54 por acción registrados en el mismo período del año anterior.

³ Para facilitar el análisis, en la página 17 se presenta un Estado de Resultados ajustado por costos y gastos de reestructuración y otros gastos no recurrentes (INR).

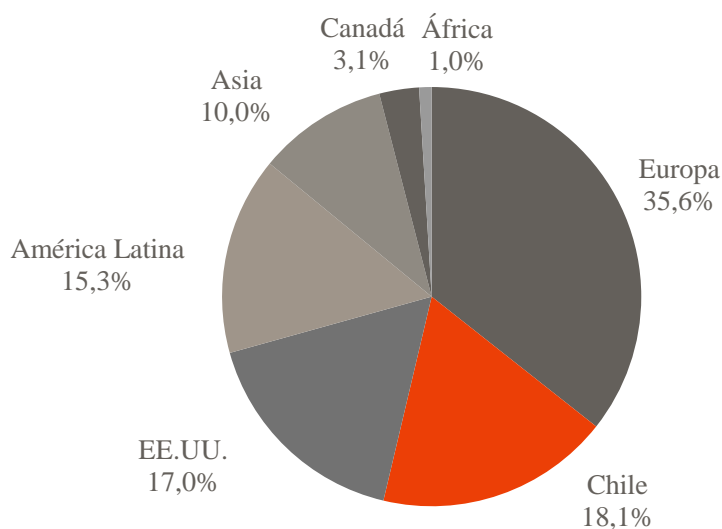
Resultados acumulados 9M19

1. Venta Consolidada

Los ingresos totalizaron Ch\$460.264 millones, con un alza de 7,1% a/a. Este avance fue impulsado por un crecimiento de 10,6% en la venta de vino, liderado por exportaciones y los mercados domésticos de USA y Chile. La primera línea refleja un efecto cambiario favorable, mejora del mix y la integración del negocio de distribución en EE.UU.

El segmento Otros cayó 33,0%, lo que se explica principalmente por el término del contrato de distribución de licores Diageo en julio de 2018 y por menores ventas de servicios. Las cervezas Premium Kross y Estrella Damm mostraron un fuerte crecimiento en volumen y valor.

Ingresos Consolidados por Geografía
9M19



1.1. Segmento Operativo Vinos

1.1.1. Mercados de Exportación

Mercados de Exportación incluye las exportaciones desde Chile y a través de las filiales de distribución, excepto EE.UU.. Las ventas de Mercados de Exportación totalizaron Ch\$282.102 millones, con un alza de 12,8% a/a. Las categorías de marcas Principal, Invest, Protect y Watch crecieron 10,0%, 27,0%, 9,1% y 18,2%, respectivamente.

En Europa, las ventas aumentaron un 9,9% en valor, impulsadas por el Reino Unido, principal destino de las exportaciones de la Compañía, seguidas por Polonia y Países Bajos. Centroamérica y el Caribe creció 22,1%, impulsada por México y Panamá. Sudamérica aumentó 20,0%, con un desempeño destacado en Brasil. Asia registró un aumento de 20,7%, liderado por Japón, China y Corea del Sur. En Canadá, el valor de las ventas disminuyó 3,6%.

Con respecto al efecto del tipo de cambio, en el período el peso chileno en promedio se depreció frente al dólar estadounidense (8,4%), peso mexicano (7,3%), dólar canadiense (5,4%), libra esterlina (2,8%), euro (2,6%), Corona noruega (0,9%) y real brasilero (0,7%). El peso chileno se apreció frente a la corona sueca (0,5%)⁴.

1.1.2. Chile Mercado Doméstico - Vino

En el mercado doméstico, las ventas crecieron un 3,7%, totalizando Ch\$60.441 millones como resultado de un mayor precio promedio de vino embotellado (+5,4%) y un menor volumen (-1,7%). El mayor precio promedio refleja un mejor mix de venta.

El desempeño del volumen fue diverso a lo largo de la Matriz de Marcas, lo que se tradujo en un aumento de 5,4% en el precio promedio. Mientras que las categorías Principal e Invest mostraron expansiones de 13% y 26%, respectivamente, Protect disminuyó 4,6% y Watch creció 3,4%.

La venta de vino premium aumentó 15,0% en volumen y 12,7% en valor, liderada por las categorías Principal e Invest. La venta de vino no premium disminuyó 1,4% en valor, por un menor volumen y un precio promedio más alto.

⁴ Cálculos realizados sobre datos del Banco Central de Chile.

1.1.3. Argentina

Las exportaciones totales de Argentina crecieron 59,7%, como resultado de un aumento de 95,6% en envíos a las filiales de distribución y un aumento de 12,3% en exportaciones directas. El volumen de ventas creció 42,7%, reflejando un aumento de 64,0% en las oficinas de distribución, liderado por Reino Unido, y una disminución de 2,0% en exportaciones directas. Las ventas fueron impulsadas por la marca Trivento Reserve, especialmente en el Reino Unido y EE.UU.

En el mercado doméstico, que representa el 0,7% de la venta consolidada, las ventas disminuyeron un 25,2% en pesos chilenos (el promedio CLP/ARS cayó 40% a/a) y el volumen bajó 17,4%.

Ventas Argentina (millones de Ch\$)	9M19	9M18	Var (%)
Exportaciones	24.459	15.316	59,7%
Directas a terceros	7.407	6.596	12,3%
Oficinas de distribución	17.052	8.720	95,6%
Mercado doméstico	3.094	4.139	(25,2%)
Total Argentina	27.553	19.455	41,6%
Volumen Argentina (miles de litros)	9M19	9M18	Var (%)
Exportaciones	13.438	9.418	42,7%
Directas a terceros	2.980	3.041	(2,0%)
Oficinas de distribución	10.458	6.377	64,0%
Mercado doméstico	3.457	4.185	(17,4%)
Total Argentina	16.895	13.603	24,2%

1.1.4. USA

En el mercado doméstico de USA, las ventas aumentaron 9,7% hasta Ch\$77.203 millones, reflejando principalmente la integración del negocio de distribución y su impacto en el precio promedio. El volumen de ventas aumentó 0,6%, lo que refleja un entorno competitivo y una recuperación en el segundo y tercer trimestre después de un primer trimestre desafiante. En el período, el crecimiento del volumen de ventas fue liderado por Frontera y las marcas clave Casillero del Diablo, 1000 stories, Bonterra y Trivento Reserve.

Las exportaciones directas de Fetzer Vineyards aumentaron un 21,6% y los envíos a las oficinas de distribución disminuyeron un 46,9%, como resultado de los cambios de abastecimiento estratégico y la salida de productos menos rentables. El precio promedio de las exportaciones totales fue de US\$5,72 por litro (+ 5,3%).

Ventas Fetzer Vineyards (millones de Ch\$)	9M19	9M18	Var (%)
Exportaciones	9.310	10.089	(7,7%)
Directas a terceros	7.014	5.766	21,6%
Oficinas de distribución	2.296	4.323	(46,9%)
Mercado doméstico	77.203	70.381	9,7%
Total Fetzer Vineyards	86.513	80.470	7,5%
Volumen Fetzer Vineyards (miles de litros)			
Exportaciones	25.276	25.122	0,6%
Directas a terceros	2.404	3.865	(37,8%)
Oficinas de distribución	1.786	1.686	5,9%
Mercado doméstico	618	2.179	(71,6%)
Total Fetzer Vineyards	27.680	28.987	(4,5%)

1.2. Segmento Operativo Otros

El segmento *Otros* disminuyó 33,0% en el período, reflejando menores ingresos en Nuevos Negocios y servicios. Las ventas de Nuevos Negocios disminuyeron 36,2%, debido al término del contrato de distribución de licores Diageo. Las cervezas premium Kross, Miller y Estrella Damm registraron un desempeño positivo.

2. Costo de Venta

El costo de ventas aumentó 1,7% hasta Ch\$294.752 millones. El ratio de costo de ventas sobre ventas fue 64,0%, 340pb menor que en 9M18. En 9M19 y 9M18, la Compañía reconoció costos extraordinarios por Ch\$57 millones y Ch\$1.549 millones, en cada caso, principalmente por consultorías relacionadas con el proceso de reestructuración realizado durante 2017 y 2018. Ajustado por NRI, el ratio de costo de ventas sobre ventas disminuyó 310pb hasta 64,0%. Esto se explica principalmente por un tipo de cambio favorable, un menor costo del vino, un mejor mix y ahorros provenientes del proceso de reestructuración.

3. Gastos de Administración y Venta (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución y gastos de administración) fueron de Ch\$113.778 millones en el período, lo que se compara con Ch\$103.576 millones en 9M18, y representa un aumento del 9,8%.

En 9M19 y 9M18, la Compañía reconoció gastos extraordinarios de reestructuración (consultoría e indemnizaciones) por Ch\$640 millones y Ch\$3.584 millones. Ajustado por INR, el ratio de GAV sobre ventas aumentó 130pb a 24,6%, reflejando principalmente la integración de la distribución en los EE. UU. y mayores gastos en las filiales de distribución. En el caso de Argentina, se introdujo un nuevo impuesto a la exportación de ARS\$3 por dólar en septiembre de 2018.

4. Otros Ingresos y Gastos

Otros Ingresos y Gastos registraron una pérdida de Ch\$1.089 millones en 9M19, lo que se compara con una ganancia de Ch\$5.582 millones en 9M18. En 2019, los gastos se relacionan principalmente al cierre de la planta embotelladora Lo Espejo, ejecutado en octubre de 2018. En 2018, Otros ingresos registraron una ganancia por Ch\$6.218, por la revalorización de inversiones en el contexto de la integración de Excelsior a las operaciones de la Compañía en EE.UU.⁵

Ajustado por ítems no recurrentes, Otros ingresos y gastos registró pérdidas por Ch\$210 millones y Ch\$261 millones en 9M19 y 9M18, respectivamente.

5. Resultado Operacional

Las ganancias de actividades operacionales fueron de Ch\$50.645 millones, con un aumento de 21,1% desde Ch\$41.805 millones registrados en 9M18, reflejando principalmente mayores ventas y un impacto cambiario positivo. El margen operacional fue de 11,0%, frente a los 9,7% en 9M18 (+130pb). Excluyendo INR, el resultado operacional ajustado fue de Ch\$52.221 millones en 9M19 y el margen operacional ajustado fue de 11,3% (+180pb)⁵.

⁵ Para facilitar el análisis, en la página 17 se presenta un Estado de Resultados ajustado por costos y gastos de reestructuración y otros gastos no recurrentes (INR).

6. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización) fue de Ch\$70.933 millones en 9M19, 18,0% mayor a la cifra de 9M18. El margen EBITDA fue de 15,4%, 140bp superior al margen de 9M18. El EBITDA ajustado por INR fue de Ch\$72.509 millones, 22,1% sobre la cifra ajustada de 9M18. El margen EBITDA ajustado fue de 15,8% en 9M19 (+ 190pb).⁶

7. Resultado No Operacional

En 9M19, el resultado no operacional registró una pérdida de Ch\$2.359 millones, lo que se compara con una ganancia de Ch\$4.057 millones en 9M18. Esto se explica principalmente por menores diferencias de cambio, que ascendieron a Ch\$3.876 millones en 9M19, versus Ch\$10.079 millones en 9M18.

Los costos financieros, netos de ingresos financieros y unidades de reajuste fueron de Ch\$9.250 millones, con un aumento de 7,9%. Esto refleja un mayor nivel de deuda, que la Compañía considera transitorio. En agosto de 2019, en un contexto de bajas tasas de interés, la compañía colocó un bono para pagar vencimientos en 2019 y 2020.

8. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de Ch\$11.646 millones, un 47,5% superior a la cifra de Ch\$7.894 millones en 9M18. La diferencia refleja: (i) una ganancia no tributable reportado en 3T18 por Ch\$6.218 millones por revalorización de inversiones, y (ii) el impacto cambiario sobre los impuestos de la filial Trivento en Argentina.

9. Ganancia y Ganancias por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de Ch\$36.322 millones, una baja de 3,3% frente a los Ch\$37.580 millones reportados en 9M18. Esto se explica por una baja de Ch\$6.417 millones en el resultado no operacional, relacionado con menores diferencias de tipo de cambio y una revalorización de inversiones por Ch\$6.218 millones a nivel operacional en 2018. El margen neto fue de 7,9% en 9M19, bajo el 8,7% reportado en 9M18 (-90pb).

Excluyendo ítems extraordinarios, la ganancia fue de Ch\$37.898 millones, con 2,8% superior la ganancia de 9M18, y el margen neto fue de 8,2%, 30pb bajo el margen de 9M18⁶.

En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la ganancia por acción de Concha y Toro totalizó Ch\$48,62, 3,3% inferior a los Ch\$50,31 por acción registrados en el mismo período del año anterior.

⁶ Para facilitar el análisis, en la página 17 se presenta un Estado de Resultados Ajustado por costos y gastos de reestructuración y otros gastos no recurrentes (INR).

Estado de Situación Financiera al 30 de septiembre de 2019

1. Activos

Al 30 de septiembre de 2019, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron Ch\$1,235,331 millones, cifra 7,9% superior a la reportada al 31 de diciembre de 2018.

2. Pasivos

Al 30 de septiembre de 2019, la deuda financiera neta totalizó Ch\$298.000 millones, mayor en Ch\$40.977 millones o 15,9% frente a su registro al 31 de diciembre de 2018. Esto se explica por mayores necesidades de capital de trabajo e inversiones.

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

* * * * *

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 12.000 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.

Declaraciones con miras al futuro

Este documento puede contener declaraciones con estimaciones futuras relativas a la condición financiera, resultados de las operaciones y negocios de la compañía, y ciertos planes y objetivos de la Compañía. Las estimaciones futuras son meras declaraciones de intención, creencias o expectativas de Viña Concha y Toro y de su administración con respecto a los resultados futuros de la empresa. Por su naturaleza, estas afirmaciones envuelven riesgos e incertidumbres, porque se relacionan con circunstancias que ocurrirán en el futuro.

Estado de Resultados

(miles de Ch\$)	3T19	3T18	Var (%)	9M19	9M18	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	164.000.478	153.930.326	6,5%	460.263.518	429.556.767	7,1%
Costo de ventas	(102.171.166)	(102.984.354)	(0,8%)	(294.751.870)	(289.758.412)	1,7%
Ganancia bruta	61.829.312	50.945.972	21,4%	165.511.648	139.798.355	18,4%
Margen bruto	37,7%	33,1%	460 pb	36,0%	32,5%	340 pb
Otros ingresos	179.364	6.412.600	(97,2%)	910.507	7.340.409	(87,6%)
Costos de distribución	(31.311.886)	(28.622.561)	9,4%	(88.759.255)	(76.277.108)	16,4%
Gastos de administración	(8.696.654)	(10.410.410)	(16,5%)	(25.018.833)	(27.298.842)	(8,4%)
Otros gastos, por función	(548.103)	(868.804)	(36,9%)	(1.999.152)	(1.758.164)	13,7%
Ganancias de actividades operacionales	21.452.033	17.456.797	22,9%	50.644.915	41.804.650	21,1%
Margen operacional	13,1%	11,3%	170 pb	11,0%	9,7%	130 pb
Ingresos financieros	129.728	181.300	(28,4%)	332.876	792.000	(58,0%)
Costos financieros	(3.315.401)	(2.984.319)	11,1%	(9.062.801)	(8.588.908)	5,5%
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	3.117.299	2.471.200	26,1%	3.014.698	2.549.040	18,3%
Diferencias de cambio	1.540.845	2.181.750	(29,4%)	3.876.303	10.078.717	(61,5%)
Resultados por unidades de reajuste	(210.192)	(243.920)	(13,8%)	(520.566)	(773.693)	(32,7%)
Resultado no operacional	1.262.279	1.606.011	(21,4%)	(2.359.490)	4.057.156	
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	22.714.312	19.062.808	19,2%	48.285.425	45.861.806	5,3%
Gasto por impuestos a las ganancias	(5.641.341)	(1.367.794)	312,4%	(11.645.532)	(7.894.183)	47,5%
Ganancia (pérdida)	17.072.971	17.695.014	(3,5%)	36.639.893	37.967.623	(3,5%)
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	64.566	112.679	(42,7%)	317.808	387.665	(18,0%)
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	17.008.405	17.582.335	(3,3%)	36.322.085	37.579.958	(3,3%)
Margen neto	10,4%	11,4%	(110 pb)	7,9%	8,7%	(90 pb)
Ganancia (pérdida) por acción	23	24	(3,3%)	49	50	(3,3%)
Gastos por depreciación	6.566.216	6.902.778	(4,9%)	19.123.628	17.505.412	9,2%
Gastos por amortización	567.601	266.394	113,1%	1.164.259	798.355	45,8%
EBITDA *	28.585.850	24.625.969	16,1%	70.932.802	60.108.417	18,0%
Margen EBITDA*	17,4%	16,0%	140 pb	15,4%	14,0%	140 pb

* EBITDA = Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales + Gastos por depreciación y Amortización.

Resultados Reportados y Ajustados⁷

(millones de Ch\$)	3T19	3T18	Var	3T19	3T18	Var
	Reportado	Reportado	(%)	Ajustado	Ajustado	(%)
Ingresos de actividades ordinarias	164.000	153.930	6,5%	164.000	153.930	6,5%
Costo de ventas	(102.171)	(102.984)	(0,8%)	(102.171)	(102.046)	0,1%
Ganancia bruta	61.829	50.946	21,4%	61.829	51.884	19,2%
Margen bruto	37,7%	33,1%	460 pb	37,7%	33,7%	400 pb
GAV*	(40.009)	(39.033)	2,5%	(39.883)	(37.550)	6,2%
Otros ingresos, gastos por función	(369)	5.544		(207)	(674)	(69,4%)
Ganancias de actividades operacionales	21.452	17.457	22,9%	21.739	13.660	59,1%
Margen operacional	13,1%	11,3%	170 pb	13,3%	8,9%	440 pb
Resultado no operacional	1.262	1.606	(21,4%)	1.262	1.606	(21,4%)
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	22.714	19.063	19,2%	23.002	15.266	50,7%
Gasto por impuestos a las ganancias	(5.641)	(1.368)	312,4%	(5.641)	(1.368)	312,4%
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	65	113	(42,7%)	65	113	(42,7%)
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	17.008	17.582	(3,3%)	17.296	13.786	25,5%
Margen neto	10,4%	11,4%	(110 pb)	10,5%	9,0%	160 pb
EBITDA**	28.586	24.626	16,1%	28.873	20.830	38,6%
Margen EBITDA	17,4%	16,0%	140 pb	17,6%	13,5%	410 pb

(millones de Ch\$)	9M19	9M18	Var	9M19	9M18	Var
	Reportado	Reportado	(%)	Ajustado	Ajustado	(%)
Ingresos de actividades ordinarias	460.264	429.557	7,1%	460.264	429.557	7,1%
Costo de ventas	(294.752)	(289.758)	1,7%	(294.695)	(288.209)	2,3%
Ganancia bruta	165.512	139.798	18,4%	165.569	141.348	17,1%
Margen bruto	36,0%	32,5%	340 pb	36,0%	32,9%	310 pb
GAV*	(113.778)	(103.576)	9,8%	(113.138)	(99.992)	13,1%
Otros ingresos, gastos por función	(1.089)	5.582		(210)	(261)	(19,6%)
Ganancias de actividades operacionales	50.645	41.805	21,1%	52.221	41.095	27,1%
Margen operacional	11,0%	9,7%	130 pb	11,3%	9,6%	180 pb
Resultado no operacional	(2.359)	4.057		(2.359)	4.057	
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	48.285	45.862	5,3%	49.862	45.152	10,4%
Gasto por impuestos a las ganancias	(11.646)	(7.894)	47,5%	(11.646)	(7.894)	47,5%
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	318	388	(18,0%)	318	388	(18,0%)
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	36.322	37.580	(3,3%)	37.898	36.870	2,8%
Margen neto	7,9%	8,7%	(90 pb)	8,2%	8,6%	(30 pb)
EBITDA**	70.933	60.108	18,0%	72.509	59.399	22,1%
Margen EBITDA	15,4%	14,0%	140 pb	15,8%	13,8%	190 pb

*GAV = Costos de distribución + Gastos de administración

**EBITDA= Resultado operacional + Depreciación + Amortización

⁷ Se presentan ajustes a los resultados con el propósito de facilitar su comparación, excluyendo ítems no recurrentes, correspondientes a costos y gastos de reestructuración, y otros gastos no recurrentes (INR).

Estado de Situación Financiera⁸

(Miles de Ch\$)	Sep.30, 2019	Dic. 31, 2018	Var (%)
Activos			
Efectivo y equivalentes al efectivo	56.409.090	37.486.337	50,5%
Inventarios corrientes	314.456.247	277.389.786	13,4%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	187.515.414	193.256.718	(3,0%)
Activos biológicos corrientes	15.717.812	20.782.597	(24,4%)
Otros activos corrientes	30.491.043	38.858.104	(21,5%)
Activos corrientes totales	604.589.606	567.773.542	6,5%
Propiedades, planta y equipo	419.240.203	391.263.749	7,2%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	24.366.026	21.262.939	14,6%
Otros activos no corrientes	187.134.709	164.180.023	14,0%
Total de activos no corrientes	630.740.938	576.706.711	9,4%
Total de activos	1.235.330.544	1.144.480.253	7,9%
Pasivos			
Otros pasivos financieros corrientes	140.979.385	129.149.694	9,2%
Otros pasivos corrientes	170.960.471	184.045.658	(7,1%)
Pasivos corrientes totales	311.939.856	313.195.352	(0,4%)
Otros pasivos financieros no corrientes	249.018.811	189.594.090	31,3%
Otros pasivos no corrientes	74.671.924	69.537.567	7,4%
Total de pasivos no corrientes	323.690.735	259.131.657	24,9%
	0	0	0,0%
Total de pasivos	635.630.591	572.327.009	11,1%
Patrimonio			
Capital emitido	84.178.790	84.178.790	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	506.284.183	481.812.864	5,1%
Otras reservas	5.493.004	2.330.314	135,7%
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	595.955.977	568.321.968	4,9%
Participaciones no controladoras	3.743.976	3.831.276	(2,3%)
Patrimonio total	599.699.953	572.153.244	4,8%
Total de patrimonio y pasivos	1.235.330.544	1.144.480.253	7,9%

⁸ Para facilitar su análisis, algunas cuentas contables han sido agrupadas.