



## VIÑA CONCHA Y TORO PRESENTA RESULTADOS CONSOLIDADOS AL CUARTO TRIMESTRE DE 2015

Santiago, Chile, 28 de marzo 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 cuarto trimestre de 2015 finalizado el 31 de diciembre de 2015. Los valores en US\$, a excepción de las exportaciones, fueron calculadas a la tasa efectiva de cierre con fecha de 31 de diciembre de 2015 (US\$1,00 = Ch\$ 710,16).

### Destacados 4T2015 vs 4T2014

- Ingresos consolidados aumentaron un 8,1% alcanzando Ch\$192.066 millones en el trimestre.
- Los volúmenes totales aumentaron 3,0%. El Segmento Operativo Vinos ("Vinos") contribuyó con un crecimiento de 2,1%, mientras que el Segmento Operativo Otros ("Otros") contribuyó, por su parte, con un crecimiento de 15,6% durante el trimestre.
- Con respecto a las ventas de *Vinos*, destaca:
  - Mercados de Exportación crecieron un 5,3% en valor, alcanzando Ch\$131,137 millones, explicados por mayores volúmenes comercializados de 1,0%.
  - Mercado Doméstico en Chile creció un 14,5% y 6,4% en valor y volumen, respectivamente.
  - Ventas totales en la operación de Argentina registraron un crecimiento de 30,8% en valor, explicado por una mayor venta en los Mercados de Exportación y Doméstico totalizando Ch\$4.827 millones (+20,2%) y Ch\$2.251 millones (+61,4%), respectivamente.
  - Ventas Totales en la operación de Estados Unidos totalizaron Ch\$20.134 millones, cifras que representan un crecimiento de 14,7% en valor y 2,4% en volumen.
- La Utilidad Neta atribuible a los Controladores de la Compañía alcanzó Ch\$18.083 millones, registrando un crecimiento de 33,9% en el trimestre.
- El Resultado Operacional más la Depreciación y Amortización aumentó un 12,3%, totalizando Ch.\$31.206 millones, alcanzando un margen sobre la venta de 16,2%.



## Resumen del Cuarto Trimestre

A pesar de la exigente base comparativa establecida durante el 4T2014, durante el cuarto trimestre las ventas totales aumentaron un 8,1%, totalizando Ch\$192.066 millones, con respecto a los Ch\$177.700 registrados en el 2014. El aumento en las ventas se explica por mayores ventas en ambos segmentos, *Vinos* y *Otros*, registrando un 8,0% y 8,7% de crecimiento en valor, respectivamente.

Las ventas de *Vinos* registraron crecimientos en varios de sus mercados, los cuales se explican principalmente: i) por un aumento en las ventas en los Mercados de Exportación desde Chile de 5,3% en valor y 1,0% en volumen, ii) mayores ventas en el Mercado Doméstico en Chile de 14,5% en valor y 6,4% en volumen, iii) mayores ventas en la operación de Argentina de 30,8% en valor y 2,5% en volumen, iv) una mayor venta en la operación de Estados Unidos de 14,7% en valor y 2,4% en volumen, y v) un efecto positivo por variaciones de tipo de cambio.

Las ventas de vino de Fetzer a terceros (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) aumentaron un 14,7% en pesos chilenos durante el cuarto trimestre del 2015, impulsados por mayores volúmenes vendidos en los mercados de Exportación (43,1%) y efectos de tipo de cambio.

En Argentina, durante el trimestre, las ventas totales de vino a terceros (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) registraron un incremento de 30,8% en valor y 2,5% en volúmenes. El aumento en las ventas se explica por mayores volúmenes comercializados en el mercado doméstico, mayores precios promedios en dólares y efectos de tipo de cambio.

A nivel operacional, en el trimestre, el resultado operacional sumando la depreciación y amortización alcanzó Ch\$31.206 millones, lo que representa un aumento de 12,3% en comparación al mismo periodo del 2014. Este resultado se explica por un aumento en los volúmenes comercializados, menores costos, una mayor participación de las categorías Premium sobre el mix de ventas y un efecto positivo derivado de las fluctuaciones de tipo de cambio. Como resultado, se alcanzó un margen sobre la venta de 16,2% durante el cuarto trimestre de 2015, lo que representa un incremento de 62 puntos base en comparación al cuarto trimestre de 2014.

Finalmente, la Utilidad Neta atribuible a los Controladores de la Compañía aumentó un 33,9% totalizando Ch\$18.083 millones, con un margen neto de 9,4%.



## Resultados al Cuarto Trimestre 2015

### 1. Ventas Totales

Los Ingresos Consolidados registraron un aumento de 8,1% alcanzando los Ch\$192.066 millones durante el cuarto trimestre. Este resultado se explica principalmente por crecimiento de dos dígitos en gran parte de los mercados, en pesos chilenos, tal como se muestra en la Tabla N°1.

**Tabla N°1**  
**Ventas Totales**

<b>Total Ventas (*) (en millones de pesos)</b>	<b>4T15</b>	<b>4T14</b>	<b>Change (%)</b>	<b>12M 2015</b>	<b>12M 2014</b>	<b>Change (%)</b>
Chile Mercado Doméstico - Vino	17.423	15.210	14,5%	65.078	59.981	8,5%
Mercado Externo <sup>(1)</sup>	131.137	124.535	5,3%	426.196	396.179	7,6%
Argentina Doméstico	2.251	1.395	61,4%	6.748	4.451	51,6%
Argentina Exportaciones <sup>(2)</sup>	4.827	4.017	20,2%	18.719	16.382	14,3%
U.S.A. Doméstico	18.556	16.478	12,6%	58.850	52.252	12,6%
U.S.A. Exportaciones <sup>(2)</sup>	1.578	1.080	46,0%	5.295	4.875	8,6%
<b>Total Segmento Operativo Vino</b>	<b>175.771</b>	<b>162.715</b>	<b>8,0%</b>	<b>580.885</b>	<b>534.121</b>	<b>8,8%</b>
Chile Mercado Doméstico - Nuevos Negocios	14.549	11.770	23,6%	47.968	41.645	15,2%
Otros Ingresos	1.745	3.215	-45,7%	7.341	7.548	-2,7%
<b>Total Segmento Operativo Otros</b>	<b>16.294</b>	<b>14.985</b>	<b>8,7%</b>	<b>55.309</b>	<b>49.192</b>	<b>12,4%</b>
<b>Total Ventas</b>	<b>192.066</b>	<b>177.700</b>	<b>8,1%</b>	<b>636.194</b>	<b>583.313</b>	<b>9,1%</b>

<b>Total Volumen (*) (miles de litros)</b>	<b>4T15</b>	<b>4T14</b>	<b>Change (%)</b>	<b>12M 2015</b>	<b>12M 2014</b>	<b>Change (%)</b>
Chile Mercado Doméstico - Vino	16.265	15.284	6,4%	65.780	62.688	4,9%
Mercado Externo <sup>(1)</sup>	62.336	61.699	1,0%	209.287	201.526	3,9%
Argentina Doméstico	1.961	1.785	9,8%	5.405	5.027	7,5%
Argentina Exportaciones <sup>(2)</sup>	2.344	2.415	-2,9%	9.583	9.941	-3,6%
U.S.A. Doméstico	5.245	5.257	-0,2%	17.317	17.977	-3,7%
U.S.A. Exportaciones <sup>(2)</sup>	487	340	43,1%	1.602	1.590	0,8%
<b>Total Segmento Operativo Vino</b>	<b>88.637</b>	<b>86.779</b>	<b>2,1%</b>	<b>308.974</b>	<b>298.749</b>	<b>3,4%</b>
Chile Mercado Doméstico - Nuevos Negocios	7.064	6.110	15,6%	23.838	22.056	8,1%
<b>Total Segmento Operativo Otros</b>	<b>7.064</b>	<b>6.110</b>	<b>15,6%</b>	<b>23.838</b>	<b>22.056</b>	<b>8,1%</b>
<b>Total Volumen</b>	<b>95.702</b>	<b>92.890</b>	<b>3,0%</b>	<b>332.812</b>	<b>320.805</b>	<b>3,7%</b>

<b>Precio Promedio (por litro)</b>	<b>Moneda</b>	<b>4T15</b>	<b>4T14</b>	<b>Change (%)</b>	<b>12M 2015</b>	<b>12M 2014</b>	<b>Change (%)</b>
Chile Mercado Doméstico	Ch\$	1.068,8	995,2	7,4%	988,7	957,0	3,3%
Mercado Externo	US\$	3,05	3,40	-10,2%	3,15	3,47	-9,5%
Argentina Doméstico	US\$	2,11	1,86	13,5%	2,15	1,89	13,6%
Argentina Exportaciones	US\$	3,22	3,02	6,9%	3,20	3,14	1,9%
U.S.A. Doméstico	US\$	5,14	5,31	-3,1%	5,35	5,23	2,2%
U.S.A. Exportaciones	US\$	4,63	5,31	-12,7%	5,04	5,40	-6,6%

(1) Mercado Externo 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 vino granel.



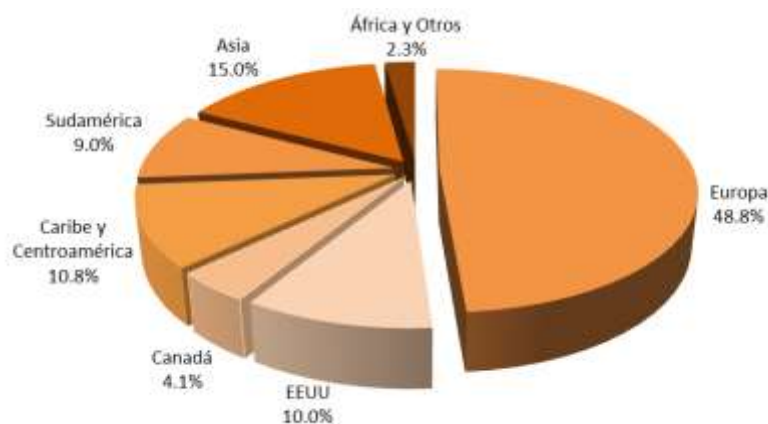
## 1.1. Ventas Totales: Segmento Operativo de Vinos

Los Ingresos Consolidados, provenientes de las ventas de *Vinos*, aumentaron un 8,0% durante el cuarto trimestre de 2015, impulsados por mayores volúmenes vendidos, una mayor participación de las categorías Premium en las ventas y un efecto positivo por tipo de cambio.

### 1.1.1. Ventas Mercado Exportación

Las ventas de exportación desde Chile y las filiales de distribución registraron un crecimiento de 5,3% en el trimestre totalizando Ch\$131.137 millones con respecto a los Ch\$124.535 millones alcanzados en el cuarto trimestre de 2014. Este aumento se explica por mayores volúmenes comercializados (1,0%) durante el trimestre, en conjunto con un efecto positivo producto de las variaciones de tipo de cambio debido a la depreciación del peso chileno frente al dólar (16,7%) y a la libra esterlina (11,8%). Las depreciaciones descritas se vieron parcialmente compensadas por la apreciación que tuvo el peso chileno frente al real brasileño (22,8%), corona noruega (6,0%), peso mexicano (3,5%), peso argentino (1,7%) y dólar canadiense (0,8%).

**Gráfico 1**  
**Total Exportaciones de Vino Embotellado por región y Volumen**  
**(Considera Exportaciones desde Chile, Argentina, Estados Unidos y Filiales de Distribución)**  
**Cuarto Trimestre 2015**



De acuerdo al volumen comercializado en las exportaciones según la región de destino, durante el cuarto trimestre vimos crecimientos en la mayoría de las regiones, destacando el crecimiento del 14,1% en Canadá. Otras regiones que mostraron crecimientos fueron: Asia (9,9%), Estados Unidos (7,4%) y Caribe y Centroamérica (4,2%). Por otro lado, África, Sudamérica y Europa registraron caídas de 24,3%, 16,1% y 0,4%, respectivamente.



## 1.1.2. Ventas Mercado Doméstico, Chile

Las ventas totales en el mercado doméstico registraron un crecimiento de 14,5% alcanzando los Ch\$17,423 millones y un aumento de 6,4% en volumen comercializando 1,8 millones de cajas de nueve litros durante el trimestre. El precio promedio de venta aumentó un 7,4% en el periodo.

El aumento en los ingresos se explica por mayores ventas en las categorías de vinos Premium y Superiores (25,2%) al igual que en las categorías Populares (8,8%). En términos de volumen, ambas categorías registraron crecimientos de 29,6% y 4,1%, respectivamente. Las categorías Premium y Superiores representaron un 11,1% del volumen total en el mercado doméstico y un 36,3% de las ventas valorizadas durante el trimestre.

## 1.1.3. Operación en Argentina

Las ventas totales provenientes de la operación en Argentina (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) registraron un aumento de 30,8% alcanzando los Ch\$7,078 millones como resultado de crecimientos en los mercados de exportación (20,2%) y en el mercado doméstico (61,4%).

En términos de volumen, las ventas en el mercado doméstico aumentaron un 9,8% compensado por una caída de 2,9% en las exportaciones. En el trimestre, los volúmenes exportados totalizaron las 260 mil cajas de nueve litros. A su vez, las ventas en el mercado doméstico totalizaron las 218 mil cajas de nueve litros.

El precio promedio registrado en el mercado doméstico aumentó un 13,5% alcanzando los US\$2,11 por litro durante el cuarto trimestre. En el mercado de exportaciones el precio promedio aumentó un 6,9% alcanzando niveles de US\$3,22 por litro.

## 1.1.4. Operación en Estados Unidos (Fetzer)

Durante el cuarto trimestre de 2015, las ventas totales de Fetzer (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) aumentaron 14,7% alcanzando los Ch\$20,134 millones, explicado por una mayor venta en los mercados de exportación (46,0%) al igual que en el mercado doméstico (12,6%).

En términos de volumen, las ventas registraron un crecimiento del 2,4% totalizando 637 mil cajas de nueve litros en el cuarto trimestre. El crecimiento se explica por mayores volúmenes comercializados en los mercados de exportación (43,1%) y volúmenes relativamente planos en el mercado doméstico.

El precio promedio de venta en el mercado doméstico estuvo en niveles de US\$5,14 por litro, lo que representa una caída de 3,1%. Por otro lado, el precio promedio en los mercados de exportación cayó un 12,7% a niveles de US\$4,63 por litro, producto de la depreciación del dólar canadiense, euro y libra esterlinas frente al dólar, monedas que poseen una exposición importante en las ventas de exportación.



## 1.2. Ventas Totales: Segmento Operativo de Otros

Los Ingresos Consolidados provenientes de las ventas de *Otros* registraron un crecimiento de 8,7% durante el cuarto trimestre, impulsados por el crecimiento en la distribución de licores, cervezas, bebidas energéticas y agua mineral.

### 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 Comercial Peumo, aumentaron un 23,6% alcanzando una facturación de Ch\$14,549 millones y un 15,6% comercializando 7,1 millones de litros durante el trimestre. El aumento en las ventas valoradas se explica por crecimientos en las ventas de los productos de Diageo (18,5%) y en las ventas de las categorías de cervezas (14,6%) y bebidas energéticas (60,3%).

### 1.2.2. Otros Ingresos

Otros ingresos, que comprenden comisiones por servicios de embotellado, venta de fruta, entre otros, disminuyeron un 45,7% registrando ventas por Ch\$1,745 millones, en comparación al cuarto trimestre del 2014.

## 2. Costos de Venta

Durante el cuarto trimestre, los costos totales aumentaron un 6,9% totalizando Ch\$115.822 millones (US\$163,1 millones) desde Ch\$108.326 millones (US\$152,5) registrados en el cuarto trimestre del 2014. El costo total como porcentaje de las ventas fue de 60,3%, lo que representa una disminución de 66 puntos base con respecto al cuarto trimestre de 2014. Esta disminución impactó positivamente el margen bruto, alcanzando un 39,7% como porcentaje de la venta, en comparación al 39,0% registrado en 2014. El menor costo como porcentaje de la venta es explicado por un menor costo del vino.

## 3. Gastos de Administración y Venta

Los gastos de administración y ventas (incluyendo costos de distribución y gastos de administración) aumentaron 7,4% alcanzando los Ch\$51.511 millones (US\$72,5 millones) en el cuarto trimestre de 2015, con respecto a los Ch\$47.948 millones (US\$67,5 millones) registrado en el mismo periodo del 2014. Como porcentaje de la venta los gastos de administración y venta alcanzaron un 26,8%. Como porcentaje sobre la ventas, los Gastos de Administración y Ventas estuvieron 16 puntos base por sobre lo registrado en el mismo periodo del 2014.

## 4. Resultado Operacional

Durante el cuarto trimestre, el resultado Operacional (resultado Bruto – Costos de Distribución – Gastos Administración) aumentó un 15,4% alcanzando los Ch\$24.733 millones en comparación a los Ch\$21.427 millones registrados durante el cuarto trimestre del 2014. El margen operacional, como porcentaje sobre la venta, aumentó en 82 puntos base desde el 12,1% registrado durante el



cuarto trimestre de 2014, alcanzando un 12,9% sobre la venta. El aumento se explica principalmente por mayores volúmenes comercializados, premiumización de la venta, menor costo del vino y un efecto positivo por variaciones de tipo de cambio.

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

En el cuarto trimestre el resultado operacional más depreciación y amortización aumentó un 12,3% registrando Ch\$31.206 millones en comparación a los Ch\$27.778 millones alcanzados en 2014. El margen como porcentaje sobre la venta alcanzó un 16,2% respecto al 15,6% obtenido en el cuarto trimestre del 2014. La mejora en el margen se explica por mayores volúmenes comercializados, premiumización de la venta, menor costo del vino y un efecto positivo proveniente de las variaciones de los tipos de cambio.

## **6. Otros Ingresos (Pérdidas) por Función**

Otros Ingresos (Pérdidas) por Función (Otros Ingresos, Otros Gastos, Ingresos Financieros, Costos Financieros, Participación en Asociadas, Diferencias de Tipo de Cambio y Unidades de Reajuste) registró una pérdida de Ch\$975 millones, lo que representa un 79,7% de menor resultado con respecto al cuarto trimestre de 2014.

Durante el trimestre, las Diferencias de Tipo de Cambio tuvieron un impacto positivo producto de la depreciación del peso argentino con respecto al dólar.

Los Gastos Financieros registraron una disminución de 10,6% totalizando Ch\$2.627 millones durante el trimestre, con respecto a los Ch\$2.939 millones obtenidos durante el cuarto trimestre de 2014.

Al 31 de diciembre de 2015, la Deuda Financiera Neta<sup>1</sup> alcanzó los Ch\$205.582 millones, lo que representa una disminución de Ch\$11.047 millones frente a la Deuda Financiera Neta registrada al 31 de diciembre de 2014.

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

Finalmente, la Utilidad Neta atribuible a los Controladores de la Compañía aumentó un 33,9% alcanzando Ch\$18.083 millones. En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la utilidad neta por acción alcanzó los Ch\$24,2 por acción en comparación a los Ch\$18,1 por acción registrados durante el mismo periodo de 2014.

---

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





## Resultados Acumulado Doce Meses de 2015

### 1. Ventas Totales

Los Ingresos Consolidados registraron un aumento de 9,1% alcanzando los Ch\$636.194 millones durante el 2015. Este resultado se explica principalmente por crecimientos en gran parte de los mercados, en pesos chilenos, destacando el aumento en el Mercado de Exportación, Mercado Doméstico y Nuevos Negocios en Chile.

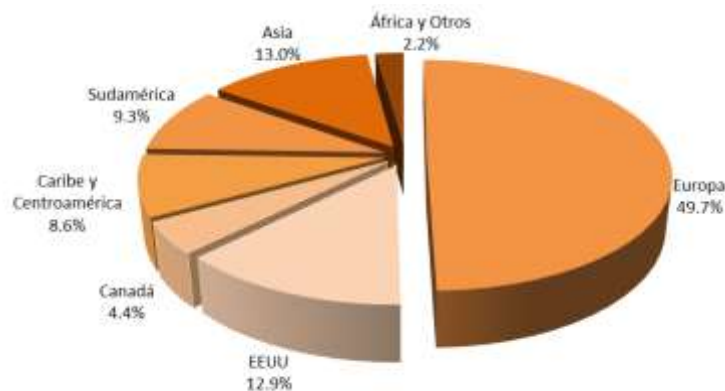
#### 1.1. *Ventas Totales: Segmento Operativo de Vinos*

Los Ingresos Consolidados, provenientes de las ventas de *Vinos*, aumentaron un 8,8% durante el 2015, impulsados por mayores volúmenes vendidos, una mayor participación de las categorías Premium en las ventas y un efecto positivo por tipo de cambio.

##### 1.1.1. *Ventas Mercado Exportación*

Las ventas de exportación desde Chile y las filiales de distribución registraron un crecimiento de 7,6% totalizando Ch\$246.196 millones con respecto a los Ch\$396.179 millones registrados durante el 2014. Este aumento se explica por mayores volúmenes comercializados (3,9%) durante el periodo, en conjunto con un efecto positivo producto de las variaciones de tipo de cambio debido a la depreciación del peso chileno frente al dólar (14,8%) y a la libra esterlina (6,5%). Las depreciaciones descritas se vieron parcialmente compensadas por la apreciación que tuvo el peso chileno frente al real brasileño (19,0%), euro (4,1%), coronas noruegas (10,4%) y suecas (6,7%), peso mexicano (3,8%) y dólar canadiense (0,9%).

**Gráfico 2**  
**Total Exportaciones de Vino Embotellado por región y Volumen**  
**(Considera Exportaciones desde Chile, Argentina, Estados Unidos y Filiales de Distribución)**  
**Acumulado Doce Meses de 2015**



De acuerdo al volumen comercializado en las exportaciones según la región de destino, durante el 2015 vimos crecimientos en varias regiones: Asia (8,1%), Canadá (5,2%), Caribe





y Centroamérica (4,6%), Estados Unidos (3,6%), Europa (2,2%) y África & Otros (1,5%). Solamente Sudamérica registró una caída de 2,3% en volúmenes durante el 2015.

## 1.1.2. Ventas Mercado Doméstico, Chile

Las ventas totales en el mercado doméstico registraron un crecimiento de 8,5% alcanzando los Ch\$65.078 millones y un aumento de 4,9% en volumen comercializando 7,3 millones de cajas de nueve litros durante el periodo. El precio promedio de venta aumentó un 3,3% alcanzando Ch\$988,7 por litro, durante el 2015.

El aumento en los ingresos se explica por mayores ventas en las categorías de vinos Premium y Superiores (17,2%) al igual que en las categorías Populares (5,1%). En términos de volumen, ambas categorías registraron crecimientos de 20,9% y 3,7%, respectivamente. Las categorías Premium y Superiores representaron un 8,3% del volumen total en el mercado doméstico y un 30,2% de las ventas valorizadas durante el año.

## 1.1.3. Operación en Argentina

Las ventas totales provenientes de la operación en Argentina (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) registraron un aumento de 22,2% alcanzando los Ch\$25.467 millones como resultado de mayores ventas en los mercados de exportación y doméstico en valor, crecimiento en volúmenes en el mercado doméstico (7,5%) y una caída en volúmenes en los mercados de exportación (3,6%).

En el periodo, los volúmenes exportados totalizaron las 1,1 millones de cajas de nueve litros. A su vez, las ventas en el mercado doméstico totalizaron las 600 mil cajas de nueve litros durante el 2015.

El precio promedio registrado en el mercado doméstico aumentó un 13,6% alcanzando los US\$2,15 por litro durante el periodo. En el mercado de exportaciones el precio promedio aumentó un 1,9% registrando US\$3,20 por litro durante el 2015.

## 1.1.4. Operación en Estados Unidos (Fetzer)

Durante el 2015, las ventas totales de Fetzer (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) aumentaron 12,3% alcanzando los Ch\$64.145 millones, explicado por mayores ventas en el mercado doméstico (12,6%) y el mercado de exportaciones (8,6%). Las ventas, en pesos chilenos, se vieron beneficiadas por la depreciación del peso chileno frente al dólar.

En términos de volumen, las ventas registraron una caída de 3,3% totalizando 2,1 millones de cajas de nueve litros en 2015. Los mercados de exportación registraron un aumento de 0,8% en volumen, mientras que los volúmenes en el mercado doméstico disminuyeron un 3,7% con respecto al 2014.

El precio promedio de venta en el mercado doméstico estuvo en niveles de US\$5,35 por litro, lo que representa un aumento de 2,2%, en línea con el posicionamiento de los vinos de Fetzer en categorías de mayor valor. Por otro lado, el precio promedio en los mercados



de exportación cayó un 6,6% a niveles de US\$5,04 por litro, producto de la depreciación del dólar canadiense, euro y libra esterlinas frente al dólar, monedas que poseen una exposición importante en las ventas de exportación.

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

Los Ingresos Consolidados provenientes de las ventas de *Otros* registraron un crecimiento de 12,4% durante el 2015, impulsados por el crecimiento en la distribución de licores, cervezas, bebidas energéticas y agua mineral.

### **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 Comercial Peumo, aumentaron un 15,2% alcanzando una facturación de Ch\$47.968 millones y un 8,1% comercializando 23,8 millones de litros durante el periodo. El aumento en las ventas valoradas se explica por crecimientos en las categorías de licores de Diageo (10,2%) cervezas (12,7%) y bebidas energéticas (42,8%).

### **1.2.2. Otros Ingresos**

Otros ingresos, que comprenden comisiones por servicios de embotellado y venta de fruta, disminuyeron un 2,7% registrando ventas por Ch\$7.341 millones, en comparación al mismo periodo del 2014.

## **2. Costo de Venta**

Durante el 2015, los costos totales aumentaron un 8,7% totalizando Ch\$391.505 millones (US\$551,3 millones) desde Ch\$360.131 millones (US\$507,1) registrados a diciembre de 2014. El costo total como porcentaje de las ventas fue de 61,5%. El margen bruto alcanzó niveles de 38,5% como porcentaje de la venta, representando una expansión de 20 puntos base durante el periodo.

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

Los gastos de administración y ventas (incluyendo costos de distribución y gastos de administración) aumentaron 8,3% alcanzando los Ch\$172.453 millones (US\$242,8 millones) a diciembre de 2015, con respecto a los Ch\$159.300 millones (US\$224,3 millones) registrado en el mismo periodo del 2014. Como porcentaje de la venta los gastos de administración y venta alcanzaron un 27,1%, lo que representa una mejora de 20 puntos base con respecto a los 27,3% registrados en 2014.

## **4. Resultado Operacional**

Durante el año, el resultado Operacional (Resultado Bruto – Costos de Distribución – Gastos Administración) aumentó un 13,1% alcanzando los Ch\$72.236 millones en comparación a los Ch\$63.882 millones registrados el año anterior. El margen operacional, como porcentaje sobre la



venta, alcanzó 11,4%, lo que representa una expansión de 40 puntos base con respecto al 11,0% registrado en 2014.

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

Durante el 2015, el resultado operacional más depreciación y amortización aumentó un 12,3% registrando Ch\$94.646 millones en comparación a los Ch\$84.296 millones alcanzados en 2014. El margen como porcentaje sobre la venta alcanzó un 14,9% con respecto al 14,5% obtenido en el mismo periodo del 2014. La mejora en el margen se explica por mayores volúmenes comercializados, premiumización de la venta, menor costo del vino y un efecto positivo proveniente de las variaciones de los tipos de cambio.

## **6. Otros Ingreso (Pérdidas) por Función**

Otros Ingresos (Pérdidas) por Función (Otros Ingresos, Otros Gastos, Ingresos Financieros, Costos Financieros, Participación en Asociadas, Diferencias de Tipo de Cambio y Unidades de Reajuste) registró una pérdida de Ch\$5.355 millones, lo que representa una mejoría de 28,4% con respecto al 2014. Esta mejoría se explica por una mayor utilidad proveniente de empresas relacionadas, una menor pérdida por corrección monetaria y menores gastos financieros.

Los Gastos Financieros disminuyeron un 3,0% totalizando Ch\$10.035 millones durante el periodo, con respecto a los Ch\$10.342 millones obtenidos durante el mismo periodo de 2014.

Al 31 de diciembre de 2015, la Deuda Financiera Neta<sup>2</sup> alcanzó los Ch\$205.582 millones, lo que representa una disminución de Ch\$11.047 millones frente a la Deuda Financiera Neta registrada al 31 de diciembre de 2014.

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

Finalmente, la Utilidad Neta atribuible a los Controladores de la Compañía aumentó un 15,7% alcanzando Ch\$49.797 millones, resultado que se explica por un mayor resultado operacional compensado por menores ingresos en diferencias de tipo de cambio durante el periodo. En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la utilidad neta por acción alcanzó los Ch\$66,7 por acción en comparación a los Ch\$57,6 por acción registrados durante el mismo periodo de 2014.

---

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



## Balance Consolidado

### Activos

Al 31 de diciembre de 2015, los activos totales de Viña Concha y Toro alcanzaron los Ch\$987.471 millones, cifra que representa un aumento de 7,6% con respecto al 31 de diciembre de 2014. El aumento se explica principalmente por mayores niveles de Inventarios y Cuentas por Cobrar.

### Pasivos

Al 31 de diciembre de 2015, la Deuda Financiera Neta<sup>3</sup> alcanzó los Ch\$205.582 millones, lo que representa una disminución de Ch\$11.047 millones frente a la Deuda Financiera Neta registrada al 31 de diciembre de 2014.

\* \* \* \* \*

### Acerca de Viña Concha y Toro

Viña Concha y Toro es el productor de vinos líder de Latinoamérica cuyos productos son distribuidos en 145 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 9.194 hectáreas plantadas en Chile, 1.142 hectáreas plantadas en Argentina y 468 hectáreas plantadas en Estados Unidos (Al 31 de diciembre de 2015).

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". La Compañía tiene 3.450 trabajadores y sus oficinas están ubicadas en Santiago de Chile (Al 31 de diciembre de 2015).

### 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 S.A.**  
**Estado de Resultados Consolidados**  
**En Miles de Pesos Chilenos**

Estado de Resultados Consolidado	4T2015 Miles Ch\$	4T2014 Miles Ch\$	Variación %	12M 2015 Miles Ch\$	12M 2014 Miles Ch\$	Variación %
Ingreso de Actividades Ordinarias	192.065.833	177.700.495	8,1%	636.194.074	583.313.064	9,1%
Costo de Ventas	(115.822.146)	(108.325.781)	6,9%	(391.505.147)	(360.130.910)	8,7%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>76.243.687</b>	<b>69.374.714</b>	<b>9,9%</b>	<b>244.688.927</b>	<b>223.182.154</b>	<b>9,6%</b>
Otros Ingresos (por función)	531.493	205.360	158,8%	1.683.792	1.108.421	51,9%
Costos de Distribución	(45.251.488)	(41.545.529)	8,9%	(140.617.106)	(129.478.984)	8,6%
Gastos de Administración	(6.259.434)	(6.402.319)	-2,2%	(31.836.192)	(29.821.043)	6,8%
Otros Gastos (por función)	(1.055.663)	(1.171.384)	-9,9%	(2.897.513)	(1.980.063)	46,3%
Ingresos Financieros	116.449	262.549	-55,6%	621.644	736.622	-15,6%
Costos Financieros	(2.626.810)	(2.938.897)	-10,6%	(10.034.845)	(10.342.307)	-3,0%
Part en Gan (Pérd) de Asoc y Neg Conj que se contabilizan usando el método de la participación	1.079.357	497.745	116,8%	5.324.722	3.694.551	44,1%
Diferencias de Cambio	1.246.210	515.537	141,7%	796.468	2.231.871	-64,3%
Resultado por Unidades de Reajuste	(86.449)	(1.295.398)	-93,3%	(849.417)	(2.933.059)	-71,0%
<b>Ganancia Antes de Impuesto</b>	<b>23.937.352</b>	<b>17.502.378</b>	<b>36,8%</b>	<b>66.880.480</b>	<b>56.398.163</b>	<b>18,6%</b>
Gasto por Impuesto a las Ganancias	(5.489.900)	(3.535.612)	55,3%	(16.518.092)	(12.747.100)	29,6%
<b>Ganancia Neta</b>	<b>18.447.452</b>	<b>13.966.766</b>	<b>32,1%</b>	<b>50.362.388</b>	<b>43.651.063</b>	<b>15,4%</b>
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>18.082.897</b>	<b>13.500.212</b>	<b>33,9%</b>	<b>49.797.379</b>	<b>43.051.491</b>	<b>15,7%</b>
Ganancia (pérdida) atribuible a participación no controladoras	364.555	466.554	-21,9%	565.009	599.572	-5,8%
<b>Resultado Operacional más Depreciación y Amortización</b>	<b>31.205.641</b>	<b>27.777.960</b>	<b>12,3%</b>	<b>94.645.637</b>	<b>84.296.486</b>	<b>12,3%</b>
Resultado Bruto	76.243.687	69.374.714	9,9%	244.688.927	223.182.154	9,6%
Costos Distribución	(45.251.488)	(41.545.529)	8,9%	(140.617.106)	(129.478.984)	8,6%
Gastos Administración	(6.259.434)	(6.402.319)	-2,2%	(31.836.192)	(29.821.043)	6,8%
Depreciación	6.184.206	6.081.706	1,7%	21.311.957	19.371.684	10,0%
Amortización	288.670	269.388	7,2%	1.098.051	1.042.675	5,3%

# VIÑA CONCHA Y TORO



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

	Cierre al 31 Diciembre, 2015	Cierre al 31 Diciembre, 2014
<b>Activos</b>		
Efectivo y Efectivo Equivalente	30.635.184	30.304.154
Inventarios	235.986.491	218.336.130
Cuentas por Cobrar	186.481.426	165.117.318
Activos Biológicos	18.259.302	16.317.102
Otros Activos Corriente	43.479.036	43.850.459
<b>Total Activos Corriente</b>	<b>514.841.439</b>	<b>473.925.163</b>
Propiedades, Planta y Equipo, Neto	347.762.584	341.758.199
Inversiones cont. usando el método de la participación	23.602.244	20.311.097
Otros Activos No Corriente	101.264.779	82.016.849
<b>Total Activos No Corriente</b>	<b>472.629.607</b>	<b>444.086.145</b>
<b>Total Activos</b>	<b>987.471.046</b>	<b>918.011.308</b>
<b>Pasivos</b>		
Otros Pasivos Financieros Corrientes	90.851.939	61.269.989
Otros Pasivos Corrientes	180.525.124	151.376.307
<b>Total Pasivos Corriente</b>	<b>271.377.063</b>	<b>212.646.296</b>
Otros Pasivos Financieros no corrientes	208.990.120	216.322.033
Otros Pasivos No Corrientes	52.768.315	46.062.156
<b>Total Pasivos No Corriente</b>	<b>261.758.435</b>	<b>262.384.189</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>533.135.498</b>	<b>475.030.485</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital Emitido	84.178.790	84.178.790
Ganancias (pérdidas) acumuladas	397.480.284	367.635.107
Otras Reservas	-28.948.025	-10.230.220
<b>Patrimonio Atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>452.711.049</b>	<b>441.583.677</b>
Participaciones no controladoras	1.624.499	1.397.146
<b>Total Patrimonio</b>	<b>454.335.548</b>	<b>442.980.823</b>
<b>Total de Patrimonio y Pasivos</b>	<b>987.471.046</b>	<b>918.011.308</b>