

Resultados Consolidados Cuarto Trimestre y Año 2019

Santiago, Chile, 10 de marzo de 2020 - 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 31 de diciembre 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) 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 aquella en la que se han aislado los referidos costos y gastos.

Destacados 4T19

- La venta consolidada fue Ch\$196.717 millones, +6,6% a/a.
- El volumen de venta de categorías prioritarias, Principal e Invest, aumentó 11% y 12%, respectivamente.
- EBITDA creció 33,9% hasta Ch\$34.711 millones. El margen EBITDA aumentó 360pb hasta 17,6%.
- La utilidad neta fue Ch\$16.177 millones, +40,3% a/a. El margen neto aumentó 200pb hasta 8,2%.

Destacados 12M19

- La venta consolidada fue Ch\$656.980 millones, +7,0% a/a.
- El volumen de venta de categorías prioritarias, Principal e Invest, aumentó 10% y 15%, respectivamente.
- El EBITDA creció 22,8% hasta Ch\$105.644 millones. El margen EBITDA aumentó 210pb hasta 16,1%.
- La utilidad neta fue Ch\$52.500 millones, +6,9% a/a. El margen neto fue 8,0% (0pb).

Comentarios del CEO

Nos es grato presentar los resultados de Viña Concha y Toro para el cuarto trimestre y año 2019, que reflejan avances significativos en nuestra estrategia enfocada en la rentabilidad. El EBITDA creció 23%, con una expansión de 210pb en el margen, reflejando un crecimiento positivo en ventas y mix, mejoras internas gracias a las iniciativas de reestructuración y un aumento en los esfuerzos en construcción de marca, en línea con el foco comercial.

A lo largo de 2019, hemos continuado trabajando con el nuevo foco estratégico sobre los vinos premium, priorizando las marcas de acuerdo a su relevancia y potencial de rentabilidad. Esto es evidenciado por el cambio continuo visto en el mix, liderado por el crecimiento de las marcas en las categorías Principal e Invest de nuestra matriz de marcas. Durante el cuarto trimestre, en línea con el impulso visto en los primeros nueve meses, Casillero del Diablo Reserva, única marca Principal en la matriz de marcas, creció 11% en volumen. Asimismo, la categoría Invest creció 12%, impulsada por las extensiones de Casillero del Diablo, Diablo, Cono Sur Bicicleta, Trivento Reserve y 1000 Stories.

En los mercados de exportación, destacamos el desempeño de las filiales de distribución en Brasil, México y Reino Unido, y otros destinos de exportación en Europa, tales como Polonia y Dinamarca. Esto es evidenciado por un aumento de 13% en el valor de la venta, tanto para el trimestre como para el año, y aumentos de 3% y 5% en volumen, respectivamente.

En el mercado doméstico de Chile, nuestra operación se vio afectada por la crisis social ocurrida a lo largo del país desde el 18 de octubre de 2019, de la mano de interrupciones en el funcionamiento de supermercados y del canal on trade, así como por retrasos en la logística, entre otras implicancias. Si bien hubo una progresiva normalización en diciembre, nuestro negocio de vinos en Chile cerró el trimestre con una disminución de 17% en el valor de las ventas y terminando el año con una baja de 1,6%.

En la operación de Argentina, el foco puesto en exportaciones de las marcas Invest de Trivento hacia los mercados clave se ha reflejado en su sólido crecimiento a través de nuestras filiales de distribución. En efecto, estas marcas cerraron el año 2019 con un alza de 42% en el volumen de venta a nivel global, lideradas por Reino Unido, EE.UU. y Brasil.

En Estados Unidos, hemos continuado trabajando en la integración de nuestro portfolio importado desde Chile y Argentina al brazo comercial de Fetzer Vineyards. Durante el año y el trimestre, hemos visto respuestas positivas de Casillero del Diablo Reserve, Trivento Reserve y Frontera, en línea con un mayor foco comercial y actividad promocional.

La última línea aumentó 40% en el trimestre (+9% en términos ajustados), reflejando principalmente una mejora a nivel operacional, impulsada por mayores volúmenes de las marcas prioritarias, un menor costo del vino y tipo de cambio favorable. Esto fue compensado en parte por una mayor actividad promocional y mayores gastos puntuales en nuestras filiales extranjeras, así como menores ventas en el mercado chileno. En 2019, la utilidad neta fue de Ch\$52.500 millones, 7% superior a la de 2018 (+5% en términos ajustados).

Finalmente, y con miras al futuro, creemos que las cifras operacionales que la compañía ha obtenido a lo largo de los trimestres del año son promisorias y coherentes con los objetivos y metas de rentabilidad que la compañía ha establecido en su estrategia de mediano plazo.

Resultados 4T19

1. Venta Consolidada

Los ingresos aumentaron 6,6% hasta Ch\$196.717 millones, con avances de 6,1% en vino y de 16,7% en el segmento Otros, no vino. Los mercados de exportación continúan creciendo en volumen y valor, con un desempeño sólido de las marcas clave. En línea con la nueva estrategia comercial, los volúmenes de las categorías Principal e Invest aumentaron 10,7% y 12,0% respectivamente; y las marcas Protect y Watch cayeron 1,0% y 19,9%, en cada caso. En el mercado doméstico de Chile, el volumen y valor de venta se redujeron en medio de una crisis social que impactó la venta de octubre y noviembre.

Venta por Segmento Operativo

Ventas ⁽¹⁾ (millones de Ch\$)	4T19	4T18	Var (%)	12M19	12M18	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽²⁾	132.552	117.465	12,8%	414.654	367.511	12,8%
Chile Mercado Doméstico - Vino	16.746	20.112	(16,7%)	77.187	78.403	(1,6%)
Argentina Mercado Doméstico	1.246	1.121	11,1%	4.340	5.261	(17,5%)
Argentina Export. Directas ⁽³⁾	3.029	2.862	5,8%	10.437	9.458	10,3%
USA Mercado Doméstico	31.066	32.691	(5,0%)	108.269	103.072	5,0%
USA Export. Directas ⁽³⁾	2.392	2.022	18,3%	9.406	7.788	20,8%
Total Segmento Vinos	187.032	176.274	6,1%	624.293	571.493	9,2%
Nuevos Negocios ⁽⁴⁾	7.990	5.855	36,5%	24.349	31.513	(22,7%)
Otros Ingresos	1.695	2.443	(30,6%)	8.338	11.123	(25,0%)
Total Segmento Otros	9.685	8.298	16,7%	32.687	42.636	(23,3%)
Total Ventas	196.717	184.572	6,6%	656.980	614.129	7,0%
Volumen ⁽¹⁾ (miles de litros)	4T19	4T18	Var (%)	12M19	12M18	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽²⁾	56.043	54.396	3,0%	190.067	181.027	5,0%
Chile Mercado Doméstico - Vino	13.716	16.325	(16,0%)	64.826	68.293	(5,1%)
Argentina Mercado Doméstico	976	1.284	(24,0%)	4.431	5.469	(19,0%)
Argentina Mercados Exportación ⁽³⁾	1.192	1.174	1,5%	4.172	4.216	(1,0%)
USA Mercado Doméstico	10.224	9.828	4,0%	35.499	34.950	1,6%
USA Mercados Exportación ⁽³⁾	688	618	11,3%	2.473	2.304	7,4%
Total Segmento Vinos	82.838	83.625	(0,9%)	301.469	296.259	1,8%
Nuevos Negocios ⁽⁴⁾	4.885	4.255	14,8%	14.495	17.602	(17,7%)
Total Segmento Otros	4.885	4.255	14,8%	14.495	17.602	(17,7%)
Total Volumen	87.723	87.880	(0,2%)	315.964	313.861	0,7%
Precio Promedio ⁽⁵⁾ (por litro)	4T19	4T18	Var (%)	12M19	12M18	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽²⁾ US\$	3,20	3,28	(2,6%)	3,16	3,24	(2,4%)
Chile Mercado Doméstico - Vino Ch\$	1.221	1.232	(0,9%)	1.191	1.148	3,7%
Argentina Mercado Doméstico US\$	1,72	1,30	32,0%	1,49	1,50	(1,0%)
Argentina Mercados Exportación ⁽³⁾ US\$	3,41	3,64	(6,5%)	3,63	3,60	0,8%
USA Mercado Doméstico US\$	4,01	4,89	(18,0%)	4,31	4,55	(5,2%)
USA Mercados Exportación ⁽³⁾ US\$	4,59	4,81	(4,5%)	5,41	5,27	2,7%

(1) Incluye ventas de vino granel.

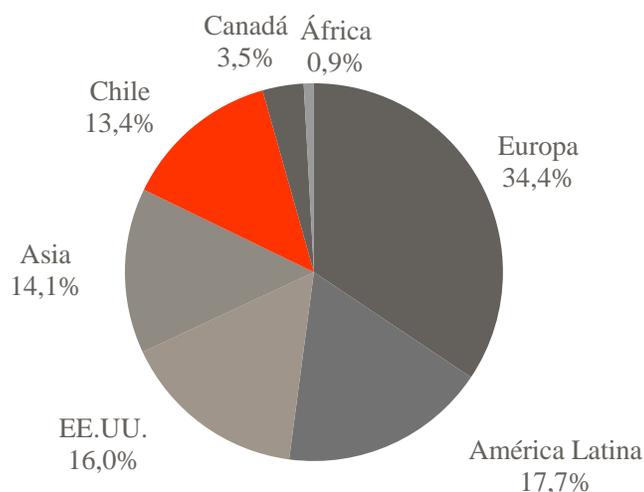
(2) Mercados de Exportación considera exportaciones directas de Chile a terceros y ventas a través de filiales de distribución (Reino Unido, Nórdicos, Brasil, Singapur, México) de producción desde Chile, Argentina y EE.UU. Excluye la venta en EE.UU.

(3) No considera ventas a través de filiales de distribución. Para un mejor entendimiento de la venta por origen, en particular para Argentina, se revelan exportaciones y envíos a las subsidiarias de distribución en las secciones 1.1.3 y 1.1.4.

(4) Incluye venta de cerveza y licores.

(5) Excluye ventas de vino granel.

Venta Consolidada por Geografía 4T19



1.1. Segmento Operativo Vino

1.1.1. Mercados de Exportación

La venta en mercados de exportación incluye exportaciones directas desde Chile y la venta de las oficinas de distribución, excepto en USA. La venta totalizó Ch\$132.552 millones, aumentando 12,8%. Este resultado se obtuvo a través de un incremento de 3,0% en el volumen a lo largo de los mercados regionales, liderados por las marcas Principal, Invest y Protect, lo que se encuentra en línea con la nueva estrategia comercial en marcha, junto a fluctuaciones cambiarias positivas.

En términos de volumen, en Europa, la venta creció 6,0%, impulsada mayormente por UK (+10,1%) y Holanda (+9,9%). En Asia, se produjo una baja de 3,8% principalmente por menores volúmenes en Japón (-4,2%) y Corea del Sur (-6,8%), mientras que China tuvo una tasa de crecimiento positiva (+0,5%). Centroamérica y el Caribe cayeron 5,1%, principalmente por bajas en Panamá (-32,3%) y República Dominicana (-35,2%). Sudamérica creció 17,2%, con una recuperación destacada en Brasil (+35,7%) y en Colombia (+520%). En Canadá, el volumen también se recuperó, con un avance de 9,5%.

Al comparar con el mismo trimestre del año anterior, en promedio, el peso chileno se depreció frente al peso mexicano (12,6%), dólar (10,1%), libra esterlina (10,1%), dólar canadiense (10,1%), euro (7,3%), corona sueca (4,4%), corona noruega (3,0%) y real brasilero (2,7%).¹

¹ Cálculos realizados con datos del Banco Central de Chile.

1.1.2. Chile Mercado Doméstico - Vino

Las ventas de vino en el mercado doméstico chileno alcanzaron Ch\$16.746 millones, con una caída de 16,7% desde el mismo trimestre de 2018. Esto es ampliamente explicado por la caída de 16,0% en el volumen de venta, dadas las bajas de los meses de octubre y noviembre, en medio de un descuento social en el país que impactó materialmente la operación de supermercados y el canal tradicional, así como el consumo en el canal on-trade por varias semanas.

En cuanto a las categorías de marca, las marcas comerciales de gran volumen, registraron una caída de 20,0% en volumen y de 18,2% en valor durante el trimestre. Por el contrario, fue destacado el desempeño de la categoría Invest, la que registró un aumento de 11,9% en volumen y de 13,4% en valor. En consecuencia, la venta de vino Premium aumentó su peso en el mix de ventas del mercado doméstico desde 30,6% en 4T18 hasta 32,2% en 4T19.

1.1.3. Argentina

La venta de la operación en Argentina 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. El mayor foco de la operación en Argentina está en el posicionamiento de su marca clave Trivento Reserve, y de Golden Reserve, ambas pertenecientes a la categoría de marcas Invest. Estas marcas promediaron un aumento de 42,4% en volumen y de 50,7% en valor, a nivel global en el 4T19.

Las exportaciones directas desde Argentina crecieron 5,8% en valor y 1,5% en volumen. Los mercados líderes fueron Canadá y mercados en Europa, como Holanda, Dinamarca y Alemania. Por otra parte, los envíos a las oficinas de distribución de la compañía (no a terceros) continuaron mostrando un crecimiento positivo, +53,1% en volumen, impulsado por las marcas Invest de Trivento en UK, USA, México y Brasil. En el mercado doméstico argentino, que representa el 0,6% de la venta consolidada, la venta aumentó 11,1% en pesos chilenos (tipo de cambio promedio CLP/ARS cayó 31% a/a) y el volumen cayó 24,0%, en un escenario macro desafiante en Argentina.

Ventas y Envíos de Argentina (millones de Ch\$)	4T19	4T18	Var (%)
Envíos a Of. de distribución CyT	7.101	4.481	58,4%
Exp. directas a terceros	3.029	2.862	5,8%
Mercado doméstico	1.246	1.121	11,1%
Total venta a terceros	4.275	3.984	7,3%
Volumen Argentina (miles de litros)	4T19	4T18	Var (%)
Envíos a Of. de distribución CyT	4.394	2.870	53,1%
Exp. directas a terceros	1.192	1.174	1,5%
Mercado doméstico	976	1.284	(24,0%)
Total volumen de venta a terceros	2.168	2.458	(11,8%)

1.1.4. USA

Las ventas de USA Mercado Doméstico incluyen las ventas de la filial Fetzer Vineyards y de vinos importados desde Chile y Argentina, actualmente comercializadas por Fetzer Vineyards, luego de la integración del negocio de distribución en EE.UU. (adquisición de Excelsior Wine Company en Julio de 2018). En el mercado doméstico de USA, el volumen de ventas aumentó 4,0%, por mayores ventas de los portfolios de Chile y Argentina, que crecieron 7,8% y 43,0%, respectivamente, mientras que el portfolio de Fetzer Vineyards se redujo 2,6%.

La venta valorada cayó 5,0% como resultado de un menor precio promedio, reflejando una mayor participación en el mix del vino importado y una mayor actividad promocional. La compañía ha dado un importante foco a las marcas prioritarias de Chile y Argentina, buscando reposicionar y aumentar el reconocimiento de marca. En esta línea, la recuperación del volumen mostrada por Frontera (+39,5%), Casillero del Diablo (+32,2%) y Trivento Reserve (+57,1%) es una respuesta positiva a los esfuerzos de marketing y comerciales de la Compañía, luego de la integración de su negocio en USA. En cuanto al portfolio local, la caída es reflejo de un escenario altamente competitivo, marcado por una mayor disponibilidad de vino en California y por cambios en las políticas de inventarios de los distribuidores.

Las exportaciones directas de Fetzer Vineyards aumentaron 11,3% en volumen, impulsadas por los vinos orgánicos Bonterra (+30,6%) y la marca Fetzer (+44,0%). Los envíos a las oficinas de distribución (no terceras partes) crecieron 1,2%.

Ventas y Envíos de USA (millones de Ch\$)	4T19	4T18	Var (%)
Envíos a Of. de distribución CyT	842	670	25,7%
Exp. directas a terceros	2.392	2.022	18,3%
Mercado doméstico	31.066	32.691	(5,0%)
Total venta a terceros	34.301	35.383	(3,1%)
Volumen USA (miles de litros)	4T19	4T18	Var (%)
Envíos a Of. de distribución CyT	193	191	1,2%
Exp. directas a terceros	688	618	11,3%
Mercado doméstico	10.224	9.828	4,0%
Total volumen de venta a terceros	11.105	10.637	4,4%

1.2. Segmento Operativo Otros

El segmento *Otros* creció 16,7% en el trimestre, principalmente por mayores ventas de las cervezas premium Miller y Kross, las que aumentaron 25,9% y 46,7%, respectivamente.

1. Costo de Ventas

El costo de ventas fue de Ch\$120.832 millones, 0,9% superior a la cifra del 4T18, en línea con un mayor volumen y resultado de la combinación de un menor costo del vino y del efecto de un mayor tipo de cambio sobre los costos secos y operacionales denominados en moneda extranjera. El ratio costo de ventas sobre ventas fue de 61,4%, 350pb menor que en 4T18 y 330pb menor en términos ajustados. En el 4T18, la compañía registró costos no recurrentes por Ch\$413 millones, relacionados al proceso de reestructuración.

2. Gastos de Administración y Venta (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución y gastos de administración) fueron Ch\$49.196 millones en el trimestre, lo que se compara con Ch\$45.551 millones en el 4T18, con un alza de 8,0%. En 4T19 y 4T18, la compañía reconoció gastos extraordinarios de reestructuración (consultorías e indemnizaciones) por Ch\$207 millones y Ch\$1.608 millones, respectivamente. Los GAV ajustados por estos ítems fueron Ch\$48.989 millones, 11,5% mayores que en 4T18, principalmente por el impacto cambiario sobre gastos en las subsidiarias extranjeras y mayores gastos promocionales en EE.UU.

Como porcentaje de la venta, los GAV fueron de 25,0%, 30pb mayores que en 4T18. El ratio ajustado fue de 24,9% (+110pb), explicado mayormente por los factores explicados anteriormente y por una menor dilución de gastos en Chile, debido a la caída reportada en volumen.

3. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos y gastos registraron una pérdida de Ch\$257 millones en el 4T19, que se compara con una pérdida de Ch\$1.035 millones en el 4T18. En 4T19 y 4T18, la Compañía registró gastos no recurrentes de reestructuración por Ch\$59 millones y Ch\$1.497 millones, relacionados al cierre de la planta de Lo Espejo.

Ajustado por ítems no recurrentes, Otros ingresos y gastos registraron una pérdida por Ch\$198 millones y una ganancia por Ch\$462 millones en 4T19 y 4T18, respectivamente.

4. Resultado Operacional

El resultado operacional alcanzó Ch\$26.432 millones, lo que representa un aumento de 45,2% con respecto a los Ch\$18.203 millones de 4T18.

Excluyendo INR, el resultado operacional ajustado fue de Ch\$26.698 millones, con un aumento de 22,9%. Esto se explica por un impacto cambiario positivo y por mayores ventas de las marcas prioritarias, en línea con la nueva estrategia comercial, y por un menor costo del vino. Lo anterior fue compensado en parte por mayores costos secos, costos operacionales y gastos denominados en moneda extranjera y por una mayor actividad promocional en USA. El margen operacional fue de 13,4%, con un aumento de 360pb, y de 13,6% (+180pb) en términos ajustados.²

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).

5. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización) fue de Ch\$34.711 millones en el 4T19, un 33,9% por encima de la cifra del 4T18. El margen EBITDA fue de 17,6%, 360pb superior a la cifra del 4T18. Excluyendo INR, el EBITDA ajustado fue de Ch\$34.977 millones (+18,8% a/a) y el margen EBITDA ajustado fue de 17,8% en 4T19 (+180pb).³

6. Resultado No Operacional

En el 4T19, la Compañía registró una pérdida no operacional de Ch\$4.236 millones, que se compara con una pérdida de Ch\$2.569 millones en el 4T18. Esto se explica principalmente por las menores diferencias de cambio.

Los costos financieros, netos de ingresos financieros y unidades de ajuste fueron de Ch\$3.261 millones, con un aumento de 2,9%. Esto refleja un mayor nivel de deuda, que la Compañía considera transitorio, debido a que, en agosto de 2019, en un contexto de bajas tasas de interés, se colocó un bono cuyos recursos serán utilizados para pagar vencimientos de deuda en 2020.

7. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de Ch\$5.426 millones, superior a la cifra de Ch\$3.500 millones del 4T18. La diferencia refleja el impacto de la fluctuación cambiaria en los impuestos registrados por las subsidiarias extranjeras, especialmente Trivento en Argentina.

8. Ganancia y Ganancias por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de Ch\$16.178 millones, con un incremento de 40,3% en relación a los Ch\$11.531 millones reportados en el 4T18.

Excluyendo ítems extraordinarios, la ganancia fue de Ch\$16.444 millones, +9,3%, y el margen neto aumentó 20pb a 8,4%.³

En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la ganancia por acción de Concha y Toro ascendió a Ch\$21,66, un 40,3% superior a los Ch\$15,44 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).

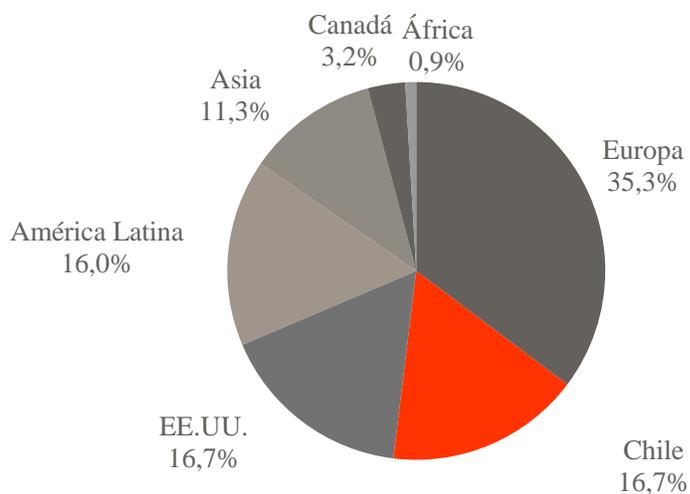
Resultados 12M19

1. Venta Consolidada

Los ingresos totalizaron Ch\$656,980 millones, con un aumento de 7,0% a/a. Esta expansión fue impulsada por un alza de 12,8% en la venta de vino en los mercados de exportación. La primera línea refleja un efecto cambiario favorable y una mejora en el mix. En efecto, el volumen de vino creció 1,8%, con aumentos en las categorías de marcas Principal e Invest (+10,0% y +15,4%, respectivamente), una estabilidad de la categoría Protect (-0,3%) y una caída en Watch (-6,7%).

La venta de Otros productos cayó 23,3%, lo que es explicado mayormente por el término del contrato de distribución de licores Diageo en julio de 2018, y una caída en servicios. Las cervezas premium Miller, Kross y Estrella Damm mostraron fuertes alzas (+11,0%, +79,1% y +95.9% en valor, respectivamente).

Venta Consolidada por Geografía
12M19



1.1. Segmento Operativo Vino

1.1.1. Mercados de Exportación

Mercados de exportación incluye exportaciones directas de Chile y ventas de las oficinas de distribución, excepto USA. En el período, la venta alcanzó Ch\$414.654 millones, con un alza de 12,8%, producto de un crecimiento de 5,0% en el volumen a lo largo de los mercados regionales, liderado por las marcas Principal e Invest, y fluctuaciones cambiarias positivas.

En Europa, el volumen de venta creció 7,2%, impulsada por UK (+8,4%), principal destino de exportaciones de la Compañía, seguido por Polonia (+52,1%) y Holanda (+21,7%). Centroamérica y el Caribe crecieron 7,4%, lideradas por México (+8,9%) y Panamá (+19,9%). Sudamérica aumentó 10,8%, con un desempeño destacado de Brasil (+18,6%). En Canadá, el volumen se redujo en 1,9%. En Asia, el volumen fue estable y el valor de las ventas se incrementó 16,1%. En China, las ventas aumentaron 21,6% en valor, con un volumen estable, reflejando una mejora en el mix de ventas con un sólido desempeño en valor de las categorías Principal (+29,3%) e Invest (+52,6%), evidenciando la ejecución de un nuevo foco estratégico. Por otra parte, Corea del Sur tuvo un alza de 28,9% en valor y de 4,4% en volumen y Japón creció 13,3% en valor con volumen estable.

En cuanto al efecto cambiario, en el período el peso chileno, en promedio, se depreció frente al dólar (8,9%), peso mexicano (8,6%), dólar canadiense (6,7%), libra esterlina (4,8%), euro (3,9%), corona noruega (1,4%), real brasilero (1,2%) y corona sueca (0,8%).⁴

1.1.2. Chile Mercado Doméstico - Vino

En el mercado doméstico, como se mencionó anteriormente, la crisis social que comenzó en octubre de 2019 tuvo un impacto significativo sobre las ventas de los meses de octubre y noviembre. En el año 2019, esto se reflejó en una caída de 1,6% en la venta, totalizando Ch\$77.187 millones. La caída en volumen (-5,1%), fue explicada por un menor volumen de vino no premium, mientras que las marcas premium mostraron tasas de crecimiento positivas. Así, el mix de ventas mejoró y el precio promedio se incrementó 3,7%.

En efecto, los volúmenes mostraron tendencias divergentes a lo largo de nuestra matriz de marcas. Mientras que Principal (Casillero del Diablo Reserva) e Invest tuvieron expansiones de 6,0% y 21,7%, respectivamente, Protect cayó 8,2% and Watch creció 0,9%. Esto es consistente con nuestra nueva estrategia comercial, que focaliza esfuerzos en las marcas más rentables, ubicadas en las categorías Principal e Invest. Destacamos el desempeño de Diablo, una marca Invest que fue lanzada en 2018 y en 2019 alcanzó ventas por 44,000 cajas en el mercado doméstico.

De acuerdo con las estimaciones de Nielsen, Concha y Toro aumentó su participación de mercado en Chile a 27,1% en 2019, desde 26,6% en 2018, en valor.

⁴ Cálculos realizados con datos del Banco Central de Chile.

1.1.3. Argentina

Los resultados de 2019 para la operación argentina reflejan un año exitoso para Trivento y sus principales marcas Invest, Trivento Reserve y Golden Reserve, las que aumentaron 38,5% en volumen y 44,2% en valor a nivel global.

Las exportaciones directas desde Argentina crecieron 10,3% en valor y se redujeron 1,0% en volumen. La baja en el volumen se explica por la reorientación comercial hacia mercados prioritarios y cambios en distribuidores. Un desempeño destacado se observó en los mercados europeos, tales como Dinamarca, Alemania y Rusia, así como en Asia, en Corea del Sur y Japón. Por otra parte, los envíos a las oficinas de distribución de la compañía, (no a terceros) registraron fuerte crecimiento, +60,6% en volumen, liderado por las marcas Invest de Trivento en UK, USA y Brasil.

En el mercado doméstico de Argentina, que representó 0,7% de la venta consolidada, la venta cayó 17,5% en pesos chilenos (el tipo de cambio promedio CLP/ARS cayó 39% a/a) y el volumen se redujo 19,0%, en un escenario macro desafiante en Argentina.

Ventas y Envíos de Argentina (millones de Ch\$)	12M19	12M18	Var (%)
Envíos a Of. de distribución CyT	24.153	13.201	83,0%
Exp. directas a terceros	10.437	9.458	10,3%
Mercado doméstico	4.340	5.261	(17,5%)
Total venta a terceros	14.776	14.719	0,4%
Volumen Argentina (miles de litros)	12M19	12M18	Var (%)
Envíos a Of. de distribución CyT	14.852	9.247	60,6%
Exp. directas a terceros	4.172	4.216	(1,0%)
Mercado doméstico	4.431	5.469	(19,0%)
Total volumen de venta a terceros	8.603	9.685	(11,2%)

1.1.4. USA

En el mercado doméstico de USA, la venta creció 5,0% hasta Ch\$108.269 millones y se redujo 3,7% en dólares, como resultado de un aumento de 1,6% en el volumen junto a un menor precio promedio.

En una industria desafiante, marcada por la alta disponibilidad de vino, el portafolio importado de Chile y Argentina mostró una recuperación del volumen, liderado por Casillero del Diablo (+15,1%), Trivento Reserve (+20,3%) y Frontera (+9,7%). Vemos esto como una respuesta positiva a los esfuerzos comerciales de la compañía y las inversiones en marcas hechas luego de la unificación de su área de distribución en EE.UU. Por otra parte, en el portafolio de California, 1000 stories mantuvo su volumen, mientras Bonterra y la marca Fetzer registraron caídas de 5,3% y 12,8%, respectivamente, a raíz de cambios en políticas de inventarios de distribuidores que impactaron mayormente la categoría de vino californiano.

Las exportaciones directas de USA aumentaron 7,4% en volumen, lideradas por 1000 stories, Bonterra y la marca Fetzer (+53,2%, +8,0% y +17,7%, respectivamente), con un fuerte desempeño en mercados europeos, tales como Rusia, Dinamarca, Suiza y Alemania. El precio promedio de las exportaciones fue de US\$5,41 por litro (+2,7%). En tanto, los envíos a las oficinas de distribución se redujeron 65,8% en volumen, resultando de cambios estratégicos de abastecimiento de ciertas marcas y de la salida de productos de menor rentabilidad.

Ventas y Envíos USA (millones de Ch\$)	12M19	12M18	Var (%)
Envíos a Of. de distribución CyT	3.148	4.993	(36,9%)
Exp. directas a terceros	9.406	7.788	20,8%
Mercado doméstico	108.269	103.072	5,0%
Total venta a terceros	120.823	115.853	4,3%
Volumen USA (miles de litros)	12M19	12M18	Var (%)
Envíos a Of. de distribución CyT	811	2.370	(65,8%)
Exp. directas a terceros	2.473	2.304	7,4%
Mercado doméstico	35.499	34.950	1,6%
Total volumen de venta a terceros	38.784	39.624	(2,1%)

1.2. Segmento Operativo Otros

El segmento *Otros* se redujo 23,3% en el período, reflejando menores ventas de Nuevos Negocios y servicios. La venta de Nuevos Negocios cayó 22,7%, debido al término del contrato de distribución de licores Diageo. Las cervezas premium Miller, Kross y Estrella Damm mostraron un crecimiento sólido (+11,0%, +79,1% y +95.9% en valor, respectivamente).

2. Costo de Ventas

El costo de ventas aumentó un 1,5% a Ch\$415.584 millones, en línea con un mayor volumen de venta y resultado de la combinación de un menor costo del vino y del efecto de un mayor tipo de cambio sobre los costos secos y operacionales denominados en moneda extranjera. El ratio costo de ventas sobre ventas fue de 63,3%, 340pb menor que en 12M18 y de 63,2% en términos ajustados (-310pb). En 12M19 y 12M18, la compañía reconoció costos extraordinarios por Ch\$57 millones y Ch\$1.963 millones, en cada caso, principalmente consultorías relacionadas con la reestructuración llevada a cabo durante 2017 y 2018.

3. Gastos de Administración y Venta (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución y gastos de administración) fueron Ch\$162.975 millones en el período, representando un aumento de 9,3%, principalmente por mayores esfuerzos en marketing en la filial en USA, que se encuentra en un proceso de integración y reposicionamiento del portfolio importado, junto a mayores gastos en las filiales extranjeras y a un nuevo impuesto a las exportaciones en Argentina (ARS\$3 por dólar exportado desde septiembre de 2018).

En 12M19 y 12M18, la Compañía reconoció gastos extraordinarios de reestructuración (honorarios de consultoría e indemnizaciones) por Ch\$847 millones y Ch\$5.192 millones. Ajustado por INR, el ratio de GAV sobre ventas se incrementó 120pb a 24,7%.

4. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos y gastos registraron una pérdida de Ch\$1.345 millones en 12M19, que se compara con una ganancia de Ch\$4.548 millones en 12M18. En 2019, los gastos estuvieron principalmente relacionados con el cierre de la planta embotelladora de Lo Espejo, ejecutado en octubre de 2018. En 2018, Otros ingresos registraron una ganancia única de Ch\$6.218 millones por la revalorización de las inversiones en el contexto de la integración de Excelsior a las operaciones de la Compañía en los Estados Unidos. Ajustado por ítems no recurrentes, Otros ingresos y gastos registraron pérdidas de Ch\$407 millones en 12M19 y ganancias de Ch\$201 millones en 12M18.

5. Resultado Operacional

El resultado operacional alcanzó Ch\$77.077 millones, aumentando un 28,4% desde Ch\$60.007 millones en 12M18 y reflejando principalmente un mayor volumen de marcas prioritarias, impacto cambiario positivo y un menor costo del vino. El margen operacional fue de 11,7%, frente a 9,8% en 12M18 (+200pb). Excluyendo INR, el resultado operacional fue de Ch\$78.919 millones en 12M19 y el margen operacional ajustado fue de 12,0% (+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\$105.644 millones en 12M19, un 22,8% sobre la cifra de 12M18. El margen de EBITDA fue de 16,1%, 210pb sobre su registro en 12M18. Excluyendo INR, el EBITDA ajustado alcanzó a Ch\$107.486 millones, un 21,0% sobre la cifra ajustada en 12M18. El margen EBITDA ajustado fue de 16,4% en 12M19 (+190pb)⁶.

7. Resultado No Operacional

En 12M19, el resultado no operacional registró una pérdida de Ch\$6.595 millones, que se compara con una ganancia de Ch\$1.488 millones en 12M18. Esto se explica principalmente por las menores diferencias de cambio, que ascendieron a Ch\$2.687 millones en 12M19 en comparación con Ch\$10.649 millones en 12M18.

Los costos financieros, netos de ingresos financieros y unidades de ajuste fueron de Ch\$12.511 millones con un incremento del 6,6%. Esto refleja un mayor nivel de deuda, que la Compañía considera transitorio, debido a que, en agosto de 2019, en un contexto de bajas tasas de interés, se colocó un bono cuyos recursos serán utilizados para pagar vencimientos de deuda en 2020.

8. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de Ch\$17.072 millones, un 49,8% superior a la cifra de Ch\$11.394 millones en 12M18. Esto se explica principalmente por el impacto de las fluctuaciones cambiarias en los impuestos de las filiales extranjeras, especialmente Trivento en Argentina.

9. Ganancia y Ganancias por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de Ch\$52.500 millones, con un incremento de 6,9% respecto a los Ch\$49.111 millones registrados en 12M18. Esto se explica por un aumento de Ch\$17.070 millones a nivel operacional, compensado en parte por una disminución de Ch\$8.084 millones en el resultado no operacional, relacionado con menores diferencias cambiarias. El margen neto fue de 8,0% en 12M19, al mismo nivel de 12M18 y de 8,3% en términos ajustados (-20pb)⁶.

En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la ganancia por acción de Concha y Toro ascendió a Ch\$70,28, 6,9% superior a los Ch\$65,74 por acción registrados en 2018.

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 31 de diciembre de 2019

1. Activos

Al 31 de diciembre de 2019, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron Ch\$1.253.817 millones, 9,6% superiores a la cifra reportada al 31 de diciembre de 2018.

2. Pasivos

Al 31 de diciembre de 2019, la deuda financiera neta totalizó Ch\$286.715 millones, con un aumento de Ch\$29.690 millones o 11,6% frente a su registro al 31 de diciembre de 2018. Esto se explica principalmente por el nuevo criterio contable IFRS 16 sobre arrendamientos, con un impacto de Ch\$9.500 millones, y la apreciación de la deuda denominada en dólares.

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 respecto de estos items. 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\$)	4T19	4T18	Var (%)	12M19	12M18	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	196.716.929	184.572.138	6,6%	656.980.447	614.128.905	7,0%
Costo de ventas	(120.831.683)	(119.784.184)	0,9%	(415.583.553)	(409.542.596)	1,5%
Ganancia bruta	75.885.246	64.787.954	17,1%	241.396.894	204.586.309	18,0%
Margen bruto	38,6%	35,1%	350 pb	36,7%	33,3%	340 pb
Otros ingresos	965.347	1.209.226	(20,2%)	1.875.854	8.549.635	(78,1%)
Costos de distribución	(42.784.500)	(37.874.180)	13,0%	(131.543.755)	(114.151.288)	15,2%
Gastos de administración	(6.411.989)	(7.676.400)	(16,5%)	(31.430.822)	(34.975.242)	(10,1%)
Otros gastos, por función	(1.222.003)	(2.243.913)	(45,5%)	(3.221.155)	(4.002.077)	(19,5%)
Ganancias de actividades operacionales	26.432.101	18.202.687	45,2%	77.077.016	60.007.337	28,4%
Margen operacional	13,4%	9,9%	360 pb	11,7%	9,8%	200 pb
Ingresos financieros	254.401	132.066	92,6%	587.277	924.066	(36,4%)
Costos financieros	(3.350.466)	(3.058.882)	9,5%	(12.413.267)	(11.647.790)	6,6%
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	214.770	29.157	636,6%	3.229.468	2.578.197	25,3%
Diferencias de cambio	(1.189.801)	570.083		2.686.502	10.648.800	(74,8%)
Resultados por unidades de reajuste	(164.911)	(241.466)	(31,7%)	(685.477)	(1.015.159)	(32,5%)
Resultado no operacional	(4.236.007)	(2.569.042)	64,9%	(6.595.497)	1.488.114	
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	22.196.094	15.633.645	42,0%	70.481.519	61.495.451	14,6%
Gasto por impuestos a las ganancias	(5.426.012)	(3.499.935)	55,0%	(17.071.544)	(11.394.118)	49,8%
Ganancia (pérdida)	16.770.082	12.133.710	38,2%	53.409.975	50.101.333	6,6%
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	592.402	602.550	(1,7%)	910.210	990.215	(8,1%)
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	16.177.680	11.531.160	40,3%	52.499.765	49.111.118	6,9%
Margen neto	8,2%	6,2%	200 pb	8,0%	8,0%	0 pb
Ganancia (pérdida) por acción	21,66	15,44	40,3%	70,28	65,74	6,9%
Gastos por depreciación	7.678.787	7.406.532	3,7%	26.802.415	24.911.943	7,6%
Gastos por amortización	600.141	307.026	95,5%	1.764.400	1.105.381	59,6%
EBITDA *	34.711.029	25.916.244	33,9%	105.643.831	86.024.661	22,8%
Margen EBITDA*	17,6%	14,0%	360 pb	16,1%	14,0%	210 pb

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

Resultados Reportados y Ajustados⁷

(millones de Ch\$)	4T19	4T18	Var	4T19	4T18	Var
	Reportado	Reportado	(%)	Ajustado	Ajustado	(%)
Ingresos de actividades ordinarias	196.717	184.572	6,6%	196.717	184.572	6,6%
Costo de ventas	(120.832)	(119.784)	0,9%	(120.832)	(119.371)	1,2%
Ganancia bruta	75.885	64.788	17,1%	75.885	65.201	16,4%
Margen bruto	38,6%	35,1%	350 pb	38,6%	35,3%	330 pb
GAV*	(49.196)	(45.551)	8,0%	(48.989)	(43.943)	11,5%
Otros ingresos, gastos por función	(257)	(1.035)	(75,2%)	(198)	462	
Ganancias de actividades operacionales	26.432	18.203	45,2%	26.698	21.721	22,9%
Margen operacional	13,4%	9,9%	360 pb	13,6%	11,8%	180 pb
Resultado no operacional	(4.236)	(2.569)	64,9%	(4.236)	(2.569)	64,9%
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	22.196	15.634	42,0%	22.462	19.152	17,3%
Gasto por impuestos a las ganancias	(5.426)	(3.500)	55,0%	(5.426)	(3.500)	55,0%
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	592	603	(1,7%)	592	603	(1,7%)
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	16.178	11.531	40,3%	16.444	15.050	9,3%
Margen neto	8,2%	6,2%	200 pb	8,4%	8,2%	20 pb
EBITDA**	34.711	25.916	33,9%	34.977	29.435	18,8%
Margen EBITDA	17,6%	14,0%	360 pb	17,8%	15,9%	180 pb

(millones de Ch\$)	12M19	12M18	Var	12M19	12M18	Var
	Reportado	Reportado	(%)	Ajustado	Ajustado	(%)
Ingresos de actividades ordinarias	656.980	614.129	7,0%	656.980	614.129	7,0%
Costo de ventas	(415.584)	(409.543)	1,5%	(415.526)	(407.580)	1,9%
Ganancia bruta	241.397	204.586	18,0%	241.454	206.549	16,9%
Margen bruto	36,7%	33,3%	340 pb	36,8%	33,6%	310 pb
GAV*	(162.975)	(149.127)	9,3%	(162.127)	(143.934)	12,6%
Otros ingresos, gastos por función	(1.345)	4.548		(407)	201	
Ganancias de actividades operacionales	77.077	60.007	28,4%	78.919	62.816	25,6%
Margen operacional	11,7%	9,8%	200 pb	12,0%	10,2%	180 pb
Resultado no operacional	(6.595)	1.488		(6.595)	1.488	
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	70.482	61.495	14,6%	72.324	64.304	12,5%
Gasto por impuestos a las ganancias	(17.072)	(11.394)	49,8%	(17.072)	(11.394)	49,8%
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	910	990	(8,1%)	910	990	(8,1%)
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	52.500	49.111	6,9%	54.342	51.920	4,7%
Margen neto	8,0%	8,0%	0 pb	8,3%	8,5%	(20 pb)
EBITDA**	105.644	86.025	22,8%	107.486	88.833	21,0%
Margen EBITDA	16,1%	14,0%	210 pb	16,4%	14,5%	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\$)	Dec.31, 2019	Dic. 31, 2018	Var (%)
Activos			
Efectivo y equivalentes al efectivo	72.037.137	37.486.337	92,2%
Inventarios corrientes	293.371.556	277.389.786	5,8%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	214.487.355	193.256.718	11,0%
Activos biológicos corrientes	23.061.507	20.782.597	11,0%
Otros activos corrientes	39.530.770	38.858.104	1,7%
Activos corrientes totales	642.488.325	567.773.542	13,2%
Propiedades, planta y equipo	422.471.464	391.263.749	8,0%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	22.731.211	21.262.939	6,9%
Otros activos no corrientes	166.126.127	164.180.023	1,2%
Total de activos no corrientes	611.328.802	576.706.711	6,0%
Total de activos	1.253.817.127	1.144.480.253	9,6%
Pasivos			
Otros pasivos financieros corrientes	147.539.239	129.149.694	14,2%
Otros pasivos corrientes	191.408.759	184.045.658	4,0%
Pasivos corrientes totales	338.947.998	313.195.352	8,2%
Otros pasivos financieros no corrientes	244.035.418	189.594.090	28,7%
Otros pasivos no corrientes	76.799.245	69.537.567	10,4%
Total de pasivos no corrientes	320.834.633	259.131.657	23,8%
Total de pasivos	659.782.661	572.327.009	15,3%
Patrimonio			
Capital emitido	84.178.790	84.178.790	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	514.555.498	481.812.864	6,8%
Otras reservas	(9.142.958)	2.330.314	
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	589.591.330	568.321.968	3,7%
Participaciones no controladoras	4.443.136	3.831.276	16,0%
Patrimonio total	594.034.466	572.153.244	3,8%
Total de patrimonio y pasivos	1.253.817.127	1.144.480.253	9,6%

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