

Resultados Consolidados Primer Trimestre 2020

Santiago, Chile, 28 de mayo, 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 marzo de 2020.

Las cifras consolidadas del siguiente análisis están expresadas en conformidad a las normas e instrucciones de la Comisión para el Mercado Financiero. 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.

Destacados 1T20

- La venta consolidada fue de Ch\$151.113 millones, +15,6% a/a.
- El EBITDA creció 46,9% hasta Ch\$22.327 millones. El margen EBITDA creció 310pb a 14,8%.
- La utilidad neta fue de Ch\$7.863 millones, creciendo un 47,6% a/a. El margen neto aumentó 110pb a 5,2%.

Comentarios del CEO

Nos es grato presentar los resultados del primer trimestre de 2020, con importantes aumentos en ventas, EBITDA y utilidad neta, así como expansión de los márgenes. Esto refleja nuestra estrategia orientada al valor, con un enfoque especial en aquellos mercados y marcas que tienen una alta relevancia y potencial de rentabilidad. Nuestros resultados llegan en un contexto de tiempos difíciles para nuestras comunidades y mercados tras la propagación de la pandemia del coronavirus en todo el mundo. Esta pandemia ha presentado nuevos desafíos a nivel productivo, logístico y en el *retail* por las medidas que los gobiernos han adoptado para evitar el contagio.

El volumen de ventas en los mercados de exportación aumentó un 1,8%. Se observó un sólido desempeño en los mercados donde Compañía tiene modelos de distribución integrados, como el Reino Unido, Brasil, los países nórdicos y México, en los cuales Compañía ha podido ejecutar su estrategia comercial con éxito. Este aumento fue compensado en parte por la disminución de los volúmenes en los mercados asiáticos, en un escenario complejo desde enero de 2020 cuando el brote de COVID-19 se expandió en la región y estos mercados operaron bajo estrictas medidas de confinamiento.

En el mercado doméstico de Chile, el volumen de ventas de vino disminuyó un 9,2%, principalmente por la caída en el vino no premium, compensada en parte por un aumento en la venta de marcas premium, lo que se refleja en un precio promedio un 6,9% más alto en el período. Luego de mejores cifras en los meses previos, en marzo se registró una disminución de las ventas como consecuencia de las iniciativas llevadas a cabo por las autoridades chilenas para frenar la propagación del coronavirus en el país.

Las ventas en Estados Unidos aumentaron un 2,4% en volumen, impulsadas principalmente por las marcas de la categoría Invest, como Bonterra y 1000 Stories del portfolio local, y del portfolio importado, Trivento Reserve, Don Melchor, Cono Sur Bicicleta y Cono Sur Orgánico. Este desempeño refleja el mayor foco y las inversiones llevadas a cabo en la construcción de marcas en este mercado.

El EBITDA aumentó un 47% en el 1T20 y el margen de EBITDA fue de 14,8%, con una expansión de 310 pb, lo que refleja un impacto cambiario favorable y un menor costo del vino. La ganancia aumentó un 48% en el trimestre con un margen neto de 5,2%, (+110pb) reflejando la mejora a nivel operacional.

Mirando hacia adelante, en estos tiempos de gran incertidumbre en cuanto al futuro de las economías y mercados mundiales, seguimos trabajando en condiciones relativamente normales a nivel productivo y logístico, con altos estándares de seguridad para proteger a nuestra gente y sus familias, y fomentando el trabajo a distancia en la mayor medida posible.

Asimismo, la Compañía ha estado trabajando estrechamente con las autoridades y entidades privadas de Chile con el fin de apoyar a nuestras comunidades. Las principales iniciativas involucran al Centro de Investigación e Innovación de Viña Concha y Toro, que está contribuyendo con capacidad de procesamiento de más de 3.000 muestras diarias para testear el COVID-19 en Chile. El laboratorio de biología molecular de la Compañía ha sido certificado para procesar pruebas de COVID-19 y está operando dentro de una red de laboratorios conectados por el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. Esta iniciativa sigue a nuestra anterior contribución de equipos para la extracción de ARN para fortalecer el sistema de diagnóstico en Chile. Además, Viña Concha y Toro está donando 50.000 litros de desinfectante de manos a nuestras comunidades, y a los trabajadores de los laboratorios de diagnóstico y de las redes de salud.

Resultados 1T20

1. Venta Consolidada

Los ingresos aumentaron un 15,6% hasta Ch\$151.113 millones, con un volumen estable y un impacto cambiario positivo. Las ventas de vino se incrementaron un 16,6%, impulsadas por las exportaciones y las ventas en el mercado norteamericano, junto con una expansión de la categoría Invest, lo que se alinea con el nuevo enfoque estratégico de la Compañía hacia mercados y marcas con mayor relevancia y potencial de rentabilidad. En el caso de Chile, el volumen y el valor de las ventas disminuyeron, debido a menores ventas en marzo, en medio de cuarentenas selectivas y otras iniciativas públicas destinadas a prevenir el contagio de COVID-19.

Ventas por Segmento

| Ventas (millones de Ch\$) | 1T20 | 1T19 | Var (%) |
|----------------------------------------|---------|---------|---------|
| Mercados de Exportación ⁽¹⁾ | 98.359 | 84.542 | 16,3% |
| Chile | 15.155 | 16.178 | (6,3%) |
| USA | 28.524 | 20.826 | 37,0% |
| Argentina | 636 | 846 | (24,8%) |
| Total Ventas de Vino | 142.674 | 122.393 | 16,6% |
| Ventas Otros No-Vino ⁽²⁾ | 8.440 | 8.294 | 1,8% |
| Total Ventas | 151.113 | 130.687 | 15,6% |

| Volumen (miles de litros) | 1T20 | 1T19 | Var (%) |
|----------------------------------------|--------|--------|---------|
| Mercados de Exportación ⁽¹⁾ | 40.058 | 39.348 | 1,8% |
| Chile | 12.197 | 13.430 | (9,2%) |
| USA | 7.228 | 7.058 | 2,4% |
| Argentina | 1.216 | 902 | 34,7% |
| Total Volumen de Vino | 60.700 | 60.739 | (0,1%) |
| Volumen Otros No-Vino ⁽²⁾ | 3.725 | 3.659 | 1,8% |
| Total Volumen | 64.425 | 64.398 | 0,0% |

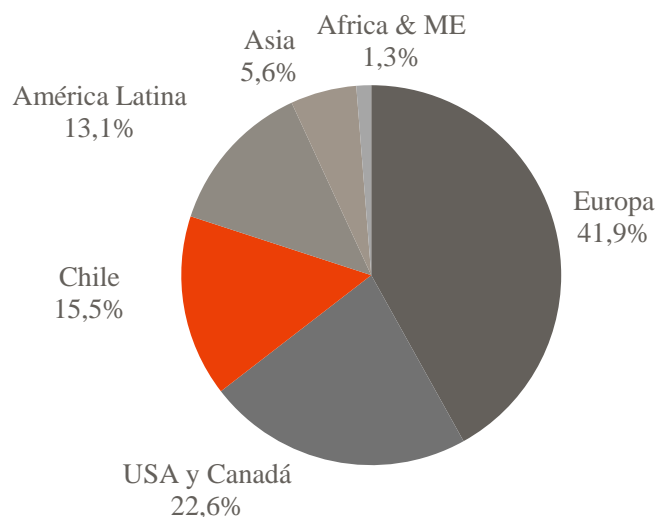
| Precio Promedio ⁽³⁾ (por litro) | | 1T20 | 1T19 | Var (%) |
|--------------------------------------------|------|-------|-------|---------|
| Mercados de Exportación ⁽¹⁾ | US\$ | 3,13 | 3,33 | (6,0%) |
| Chile | Ch\$ | 1.242 | 1.162 | 6,9% |
| Argentina | US\$ | 1,38 | 1,69 | (18,3%) |
| USA | US\$ | 4,49 | 4,44 | 1,0% |

(1) Incluye exportaciones a terceros de Chile, Argentina y USA. Excluye exportaciones de Chile y Argentina a USA., las cuales están incluidas en USA.

(2) Incluye cerveza, licores y ventas de otros no vino.

(3) Excluye venta de vino a granel.

**Ingresos Consolidados por Área Geográfica
1T20**



1.1. Ventas de Vino

1.1.1. Mercados de Exportación

Los mercados de exportación se han redefinido en este trimestre para abarcar todas las exportaciones a países extranjeros desde nuestros tres orígenes: Chile, Argentina y USA. Por lo tanto, los mercados de exportación de este informe incluyen también las ventas que en el pasado fueron reportadas como exportaciones desde Argentina (directas) y exportaciones desde USA (directas).

Las ventas alcanzaron un total de Ch\$98.359 millones, con un incremento de 16,3% en valor y de 1,8% en volumen, impulsadas por las marcas de la categoría Invest y por un impacto cambiario positivo.

Se observó un sólido desempeño en los mercados donde la Compañía tiene un modelo de distribución integrado, como el Reino Unido, Brasil, los países nórdicos y México y en los cuáles la Compañía ha podido ejecutar su estrategia comercial con éxito, respondiendo rápidamente a las demandas surgidas en el nuevo escenario. Destacamos el desempeño en el Reino Unido, donde las ventas aumentaron un 11,5% en volumen, impulsadas por Trivento Reserve (+38%), Cono Sur Bicicleta (+118%), y el recientemente lanzado Diablo. Casillero del Diablo Reserva creció un 2,8% en volumen y un 17,3% en valor, manteniendo su posición entre las 5 marcas más vendidas en este mercado. En Brasil, el volumen aumentó 64,2%, reflejando el despliegue de una estrategia más

VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF WINERIES —

enfocada en posicionar nuestras marcas Principal e Invest: Casillero del Diablo, Trivento Reserve, Marques de Casa Concha, Bicicleta y Don Melchor.

Por otra parte, el volumen de las exportaciones se vio afectado por el brote de COVID-19 y por las estrictas cuarentenas aplicadas en Asia desde enero 2020. El mayor impacto se observó en China y Corea del Sur, donde los volúmenes disminuyeron un 58,0% y un 51,6%, respectivamente.

En resumen, el volumen de las ventas regionales aumentó en Europa (+6,2%), África y Oriente Medio (+31,9%) y Canadá (+1,6%) mientras que Asia registró una caída (-30,4%). En América Latina el volumen creció (+13,2%) por el buen desempeño observado en Brasil, México y Colombia, el cual no obstante se vio contrarrestado en parte por menores volúmenes vendidos en países de Centroamérica, en medio de estrictas cuarentenas y fuerte caída del turismo.

En cuanto al impacto del tipo de cambio en 1T20, en comparación con el mismo trimestre del año anterior, el peso chileno promedio se depreció frente al dólar estadounidense (17,1%), el dólar canadiense (16,1%), la libra esterlina (15,5%), el euro (14,6%), el peso mexicano (14,0%), la corona sueca (12,5%), la corona noruega (8,3%) y el real brasileño (2,0%)¹.

1.1.2. Chile

En el mercado chileno, las ventas de vino ascendieron a Ch\$15.155 millones, mostrando una disminución de 6,3%, producto de una caída de 9,2% en volumen y un aumento del precio promedio de 6,9%, reflejando un mejor mix.

La disminución en volúmenes se explica principalmente por un mes de marzo más lento, como consecuencia de las iniciativas llevadas a cabo por las autoridades chilenas para frenar la propagación del coronavirus en el país, lo cual implicó, entre otras cosas, cuarentenas selectivas, el cierre del canal de hostelería y el distanciamiento social.

Destacamos el mejor mix que se ha producido durante este trimestre. Las marcas Principal e Invest aumentaron 4,8% y 24,0% en volumen y 7,9% y 20,4% en valor, respectivamente, impulsadas por Casillero del Diablo Reserva, por las extensiones de línea de Casillero del Diablo, Diablo y Cono Sur Bicicleta. Por el contrario, nuestras marcas de gran volumen (siendo las más relevantes Clos de Pirque y Tocornal) disminuyeron un 11,5% en volumen y un 8,4% en valor.

¹ Cálculos realizados sobre datos del Banco Central de Chile.

1.1.3. USA

Las ventas en el mercado doméstico de USA incluyen las ventas de Fetzer Vineyards y el portfollio importado de Chile y Argentina, actualmente comercializado por Fetzer Vineyards.

En Estados Unidos, las ventas aumentaron un 2,4% en volumen, impulsadas por las marcas de la categoría Invest del portfollio local, como Bonterra y 1000 stories, las cuales registraron tasas de crecimiento en volumen de 48,8% y 33,2%, respectivamente. Respecto al portfollio importado, destacamos el desempeño en volumen de Trivento Reserve (+6,7%), Don Melchor (+109%), Cono Sur Bicicleta (+58,3%) y Cono Sur Orgánico (+59,0%). Esta expansión es el resultado del mayor foco e inversión en construcción de marcas implementado en este mercado. Nuestra marca principal, Casillero del Diablo Reserva, disminuyó 7,9% en volumen y aumentó 8,3% en valor, luego de un fuerte desempeño en el trimestre anterior.

El valor de la venta aumentó 37,0%, lo que refleja principalmente un impacto cambiario favorable. ajustes por la contabilización de impuestos específicos por Ch\$2.243 millones y un mayor precio promedio como resultado de la mejora en el mix de venta.

1.1.4. Argentina

Los ingresos de la operación en Argentina están marcados por su orientación hacia los mercados de exportación y por la salida del portafolio de los productos de baja rentabilidad, como también por el difícil entorno macroeconómico y las fluctuaciones cambiarias que afectaron las ventas internas.

En el mercado doméstico de Argentina, el cual representó el 0,4% de los ingresos consolidados, el volumen de ventas aumentó un 34,7% y el valor de las ventas disminuyó un 24,8% en pesos chilenos (el tipo de cambio promedio CLP/ARS cayó un 24% anual).

1.2. Ventas de Otros No-Vino

Las ventas de otros productos aumentaron un 1,8% en el trimestre. La cerveza Premium Miller, el Pisco Diablo y el Rockstar Energy Drink lideraron el crecimiento en términos de volumen, que promediaron +1,8% para el segmento.

2. Costo de Ventas

El costo de ventas fue de Ch\$92.743 millones, un 6,0% por encima de la cifra del 1T19. Esto se explica por mayores costos secos y operacionales denominados en moneda extranjera, parcialmente compensado por un menor costo del vino. El ratio costo de ventas sobre ventas fue de 54,3%, 600pb menor que en 1T19.

3. Gastos de Administración y Venta (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución y gastos de administración) fueron Ch\$41.663 millones en el período comparado con Ch\$33.442 millones en 1T19, mostrando un aumento de 24,5%. Este crecimiento refleja el impacto cambiario sobre los gastos de las filiales extranjeras de la Compañía, el cambio en la contabilización de impuestos específicos en USA (Ch\$2.243 millones equivalentes a 1,5% de la venta consolidada), y el mayor gasto en publicidad en EE.UU., entre otros. Como porcentaje de las ventas, los GAV fueron de un 27,6%, 200pb más alto que en 1T19. Al ajustar por dicho cambio de contabilización, el ratio GAV sobre ventas fue de 26,1%, 50pb mayor que en el 1T19.

4. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos y gastos registraron una pérdida de Ch\$282 millones en 1T20, comparado con una pérdida de Ch\$313 millones en 1T19. La diferencia se explica principalmente por mayores gastos en 2019, relacionados con el cierre de la planta de Lo Espejo (Ch\$442 millones) y con la operación en Argentina.

5. Resultado Operacional

Las ganancias de actividades operacionales fueron Ch\$16.455 millones, incrementándose en un 75,0% desde Ch\$9.406 millones en el 1T19. El margen operacional fue 10,9% con un aumento de 370pb. Este crecimiento se explica principalmente por un impacto cambiario positivo y un menor costo del vino, lo que fue parcialmente compensado por el aumento de los costos secos, los costos operacionales y los gastos denominados en moneda extranjera, así como por una mayor actividad promocional en Estados Unidos.

6. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización) fue de Ch\$22.327 millones en 1T20, un 46,9% mayor a la cifra de 1T19. El margen EBITDA fue de 14,8%, 310pb superior al margen de 1T19.

7. Resultado No Operacional

En 1T20, el resultado no operacional registró una pérdida de Ch\$5.105 millones, lo que se compara con una pérdida de Ch\$1.862 millones en 1T19. Esto se explica principalmente por menores diferencias de cambio.

Los costos financieros, netos de ingresos financieros y unidades de reajuste fueron de Ch\$3.548 millones en 1T20, con un aumento de 31,7% comparado con 1T19. Esto refleja un mayor nivel de deuda en este trimestre en relación al mismo período del año anterior. En agosto de 2019, en un contexto de bajas tasas de interés, la compañía colocó un bono, cuyos recursos están siendo utilizados para pagar vencimientos durante 2020.

8. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de Ch\$3.570 millones, superior a la cifra de Ch\$2.137 millones en 1T19. La diferencia refleja el impacto cambiario sobre los impuestos de las filiales extranjeras, especialmente en Argentina y EE.UU.

9. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de Ch\$7.863 millones, mostrando un aumento de 47,6% respecto de los Ch\$5.328 millones reportados en 1T19. El margen neto fue de 5,2% con un aumento de 110pb.

En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la ganancia por acción de Concha y Toro totalizó Ch\$10,53, un 47,6% superior a los Ch\$7,13 por acción registrados en el mismo período del año anterior.

Estado de Situación Financiera al 31 de marzo de 2020

1. Activos

Al 31 de marzo de 2020, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron Ch\$1.288.522 millones, un 2,8% superior a la cifra reportada al 31 de diciembre de 2019.

2. Pasivos

Al 31 de marzo de 2020, la deuda financiera neta totalizó Ch\$296.425 millones, con un aumento de Ch\$9.710 ó 3,4% en comparación con la cifra al 31 de diciembre de 2019. Esto se explica principalmente por el efecto de la depreciación del peso chileno sobre la deuda denominada en moneda extranjera.

La Deuda Financiera Neta se calcula como: Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes – 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\$) | 1T20 | 1T19 | Var (%) |
|----------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|---------|
| Ingresos de actividades ordinarias | 151.113.342 | 130.686.431 | 15,6% |
| Costo de ventas | (92.743.374) | (87.525.328) | 6,0% |
| Ganancia bruta | 58.369.968 | 43.161.103 | 35,2% |
| Margen bruto | 38,6% | 33,0% | 560 pb |
| Otros ingresos | 131.741 | 363.105 | (63,7%) |
| Costos de distribución | (33.373.192) | (25.927.493) | 28,7% |
| Gastos de administración | (8.259.825) | (7.514.420) | 9,9% |
| Otros gastos, por función | (413.321) | (676.598) | (38,9%) |
| Ganancias de actividades operacionales | 16.455.371 | 9.405.697 | 75,0% |
| Margen operacional | 10,9% | 7,2% | 370 pb |
| Ingresos financieros | 402.749 | 59.085 | 581,6% |
| Costos financieros | (3.611.810) | (2.829.481) | 27,6% |
| Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos | (342.807) | (80.287) | 327,0% |
| Diferencias de cambio | (1.213.811) | 912.733 | |
| Resultados por unidades de reajuste | (338.848) | 76.262 | |
| Resultado no operacional | (5.104.527) | (1.861.688) | 174,2% |
| Ganancia (pérdida), antes de impuesto | 11.350.844 | 7.544.009 | 50,5% |
| Gasto por impuestos a las ganancias | (3.569.620) | (2.137.471) | 67,0% |
| Ganancia (pérdida) | 7.781.224 | 5.406.538 | 43,9% |
| Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras | (81.490) | 78.262 | |
| Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora | 7.862.714 | 5.328.276 | 47,6% |
| Margen neto | 5,2% | 4,1% | 110 pb |
| Ganancia (pérdida) por acción | 10,53 | 7,13 | 47,6% |
| Gastos por depreciación | 5.470.376 | 5.493.784 | (0,4%) |
| Gastos por amortización | 401.486 | 299.747 | 33,9% |
| EBITDA * | 22.327.233 | 15.199.229 | 46,9% |
| Margen EBITDA* | 14,8% | 11,6% | 310 pb |

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

Estado de Situación Financiera ⁴

| (Miles de Ch\$) | Mar. 31, 2020 | Dic. 31, 2019 | Var (%) |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------|
| Activos | | | |
| Efectivo y equivalentes al efectivo | 79.654.798 | 72.037.137 | 10,6% |
| Inventarios corrientes | 331.460.939 | 293.371.556 | 13,0% |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes | 189.574.254 | 214.487.355 | (11,6%) |
| Activos biológicos corrientes | 4.865.756 | 23.061.507 | (78,9%) |
| Otros activos corrientes | 34.581.682 | 39.530.770 | (12,5%) |
| Activos corrientes totales | 640.137.429 | 642.488.325 | (0,4%) |
| Propiedades, planta y equipo | 434.720.660 | 422.471.464 | 2,9% |
| Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación | 22.300.305 | 22.731.211 | (1,9%) |
| Otros activos no corrientes | 191.364.451 | 166.126.127 | 15,2% |
| Total de activos no corrientes | 648.385.416 | 611.328.802 | 6,1% |
| Total de activos | 1.288.522.845 | 1.253.817.127 | 2,8% |
| Pasivos | | | |
| Otros pasivos financieros corrientes | 124.750.005 | 147.539.239 | (15,4%) |
| Otros pasivos corrientes | 171.927.720 | 191.408.759 | (10,2%) |
| Pasivos corrientes totales | 296.677.725 | 338.947.998 | (12,5%) |
| Otros pasivos financieros no corrientes | 344.037.772 | 244.035.418 | 41,0% |
| Otros pasivos no corrientes | 77.016.240 | 76.799.245 | 0,3% |
| Total de pasivos no corrientes | 421.054.012 | 320.834.663 | 31,2% |
| Total de pasivos | 717.731.737 | 659.782.661 | 8,8% |
| Patrimonio | | | |
| Capital emitido | 84.178.790 | 84.178.790 | 0,0% |
| Ganancias (pérdidas) acumuladas | 522.388.128 | 514.555.498 | 1,5% |
| Otras reservas | (39.454.728) | (9.142.958) | 0,0% |
| Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora | 567.112.190 | 589.591.330 | (3,8%) |
| Participaciones no controladoras | 3.678.918 | 4.443.136 | (17,2%) |
| Patrimonio total | 570.791.108 | 594.034.466 | (3,9%) |
| Total de patrimonio y pasivos | 1.288.522.845 | 1.253.817.127 | 2,8% |

⁴ Para facilitar su análisis, algunas cuentas contables han sido agrupadas.