

Resultados Consolidados Primer Trimestre 2021

Santiago, Chile, 3 de mayo, 2021 - Viña Concha y Toro S.A. (“The Company” or “Concha y Toro”) (IPSA: Conchatoro), 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 2021.

Las cifras consolidadas del siguiente análisis están expresadas en pesos chilenos 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 1T21

- La venta consolidada creció un 8,2% alcanzando Ch\$163.503 millones.
- El volumen de vino creció un 8,4%, liderado por las marcas y mercados clave.
- Las categorías de marcas Principal e Invest crecieron 27,9% en volumen.
- El EBITDA subió un 30,9% hasta Ch\$29.229 millones. El margen EBITDA aumentó 310pb a 17,9%.
- La utilidad neta aumentó 87,3% a Ch\$14.731 millones. El margen neto creció 380pb a 9,0%.

Comentarios del CEO

Estamos muy contentos de presentar otro trimestre de sólidos resultados para Viña Concha y Toro. En el 1T21, nuestras finanzas reflejan ampliamente la ejecución de nuestra estrategia comercial, en marcha desde 2018, con un mayor enfoque en aquellas marcas y mercados que tienen el mayor potencial de crecimiento de valor y rentabilidad. En el período, nuestras operaciones continuaron funcionando con relativa normalidad y cumpliendo con los protocolos establecidos por las autoridades y las medidas internas para prevenir el contagio en el escenario de pandemia.

Nuestras ventas fueron impulsadas por los mercados donde tenemos distribución integrada, como en el mercado doméstico de Chile, Reino Unido, EE.UU. y otras oficinas de distribución. En el trimestre, la compañía comenzó a ver recuperación en varios mercados que fueron afectados en 2020 en el escenario de pandemia, siendo China y Corea del Sur los casos más notables.

En este trimestre, el volumen fue impulsado por nuestras marcas Principal e Invest: Casillero del Diablo Reserva y sus extensiones de línea, crecieron 35%, evidenciando su liderazgo entre las marcas globales, lo que fue recientemente reconocido por Wine Intelligence, al otorgarle el segundo lugar en el ranking de marcas de vino más poderosas de 2021. Desde Argentina, Trivento Reserve continúa con un gran dinamismo, +49% a nivel mundial, liderado por su principal mercado, el Reino Unido. También destacamos el éxito de Diablo, una marca innovadora lanzada en 2018, que en el trimestre creció 210%.

La venta consolidada aumentó 8,2% en el trimestre, impulsada por un crecimiento de volumen de 10,8% y una mejora en el mix que se tradujo en un mayor precio promedio. Con esto, el margen EBITDA mostró una expansión de 310 puntos base. Reflejando estas sólidas cifras operacionales, la utilidad neta creció un 87,3%.

Para los próximos trimestres, seguimos trabajando con convicción en la sostenibilidad de estos resultados, que reflejan una propuesta de valor atractiva para los consumidores, basada en un portafolio de marcas poderosas y una estrecha relación con minoristas y distribuidores. De igual manera, continuamos trabajando con todas las precauciones necesarias para proteger a nuestra gente y sus familias durante la crisis sanitaria, esperando una evolución favorable en los próximos meses.

Por otra parte, tanto en Chile como en Argentina con vendimias prácticamente finalizadas, se han superado las proyecciones iniciales que teníamos en la producción total de uva, con crecimientos superiores al 20% respecto al 2020, impulsadas principalmente por la producción propia.

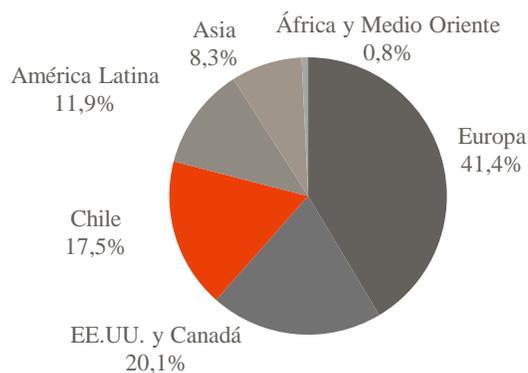
Finalmente, queremos compartirles con orgullo que hemos obtenido recientemente la certificación como Empresa B, la que representa un paso ambicioso que hemos dado en nuestro compromiso con la Sustentabilidad.

Venta Consolidada por Segmento Operativo

Ventas (millones de Ch\$)		1T21	1T20	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽¹⁾		106.129	98.359	7,9%
Chile		18.263	15.155	20,5%
USA		27.467	28.524	(3,7%)
Argentina		788	636	23,8%
Total Vinos		152.648	142.674	7,0%
Otros Negocios No Vino ⁽²⁾		10.855	8.440	28,6%
Total Ventas		163.503	151.113	8,2%
Volumen (miles de litros)		1T21	1T20	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽¹⁾		43.545	40.058	8,7%
Chile		12.769	12.197	4,7%
USA		7.931	7.228	9,7%
Argentina		1.582	1.216	30,1%
Total Vinos		65.827	60.700	8,4%
Otros Negocios No Vino ⁽²⁾		5.534	3.725	48,6%
Total Volumen		71.360	64.425	10,8%
Precio promedio ⁽³⁾ (por lt)		1T21	1T20	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽¹⁾	US\$	3,47	3,13	10,9%
Chile	Ch\$	1.430	1.242	15,1%
USA	US\$	4,93	4,91	0,3%
Argentina	US\$	1,32	1,38	(4,2%)

(1) Incluye exportaciones a terceros desde Chile, Argentina y EE.UU. Excluye exportaciones de Chile y Argentina a EE.UU., las cuales están incluidas en USA. (2) Incluye cerveza, licores y ventas de otros. (3) Excluye venta de vino a granel.

Venta Consolidada por Área Geográfica 1T21



Resultados 1T21

1. Venta Consolidada

Los ingresos consolidados aumentaron un 8,2% alcanzando Ch\$163.503 millones, como resultado de un alza de 10,8% en volumen, y un precio promedio más alto por mejor mix. En el trimestre, la venta evidenció un impacto negativo por fluctuaciones cambiarias. Las ventas de vino aumentaron 7,0% en valor y 8,4% en volumen, reflejando un crecimiento en todos nuestros segmentos de mercado, e impulsadas por las marcas de nuestras categorías prioritarias: Principal (+34,7%) e Invest (+19,2%). De este modo, en el trimestre se vio una mejora en el mix de ventas, donde las categorías Principal e Invest representaron en conjunto el 49% de la venta valorada, lo que se compara con un 43% en 1T20. Esto se reflejó también en mayores precios promedio, liderados por los Mercados de Exportación (+10,9% en US\$) y Chile (+15,1% en Ch\$). El segmento no-vino registró un sólido crecimiento en ventas (+28,6%), impulsado por cervezas Premium.

1.1. Venta de Vino

1.1.1. Mercados de Exportación

En los Mercados de Exportación, las ventas mostraron un incremento de 7,9%, hasta Ch\$106.129 millones, como resultado de un aumento en el precio promedio de 10,9% y un crecimiento en volumen de 8,7%. El volumen fue impulsado principalmente por aquellos mercados donde operamos a través de un modelo de distribución integrado y otros que mostraron recuperación luego de tener trimestres anteriores más débiles en el contexto de pandemia, especialmente en Asia.

En Europa, el volumen de ventas creció un 6,6%, liderado por Países Bajos y las oficinas de distribución en el Reino Unido y los países nórdicos (Suecia, Noruega y Finlandia). En el trimestre, el volumen de ventas de Reino Unido aumentó un 8,5%, impulsado por nuestra marca Principal Casillero del Diablo, y por la categoría Invest, liderada por Trivento Reserve de Argentina, y Diablo de Chile.

En América Latina, el volumen aumentó 11,8%, de la mano del sólido desempeño de nuestras oficinas de distribución en Brasil y México y la recuperación de algunos mercados en el escenario de pandemia. En Brasil, los volúmenes aumentaron 18%, reflejando una estrategia más enfocada, desplegada para posicionar nuestra marca Principal Casillero del Diablo y las marcas Invest, impulsadas por Cono Sur Bicicleta, Trivento Reserve y Diablo. El desempeño de Don Melchor fue notable, duplicando sus ventas en términos de volumen y valor. Por otra parte, en México, el volumen de ventas creció 20%, también impulsado por nuestra marca Principal Casillero del Diablo, y la categoría Invest, así como por una sólida categoría Protect.

En Asia, los volúmenes aumentaron un 40%, con la recuperación generalizada de nuestro portfolio en China (128%) y Corea del Sur (+266%), donde la situación sanitaria ha tendido a normalizarse y las actividades sociales se han reanudado, creando ocasiones para el consumo de vino. En China,

VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF WINERIES —

la compañía ha dado un nuevo paso al adoptar un modelo de distribución integrada, lo que permitirá fortalecer el posicionamiento de nuestro portfolio Premium en ese mercado.

Con respecto al impacto cambiario, en comparación con el mismo trimestre del año anterior, en 1T21 el peso chileno promedio se apreció frente al dólar estadounidense (11,1%), libra esterlina (2,9%), euro (1,6%), real brasileño (36,6%), peso mexicano (11,1%), y dólar canadiense (4,5%). En el período, el peso chileno se depreció frente a la corona sueca (3,6%) y corona noruega (0,4%)¹.

1.1.2. Chile

En el mercado chileno, las ventas de vino crecieron un 20,5% hasta Ch\$18.263 millones, y un 4,7% en volumen. El precio promedio aumentó un 15,1%, reflejando la premiumización del mix, con sólidos volúmenes en las categorías Principal e Invest, seguido de un aumento en Protect y una caída en Watch.

En nuestro mercado doméstico, las ventas siguieron creciendo por una sólida ejecución en los canales tradicional y retail, mientras que las ventas online continuaron aumentando.

1.1.3. USA

Las ventas en EE.UU. incluyen las ventas de Fetzer Vineyards y el portafolio importado de Chile y Argentina, actualmente comercializado por Fetzer Vineyards. En este mercado, el volumen de ventas creció un 9,7% y su valor disminuyó un 3,7% en pesos chilenos, reflejando fluctuaciones adversas de tipo de cambio y precios promedio estables (+0,3%).

El volumen fue impulsado por nuestra categoría Principal, que aumentó 34% en el trimestre. Junto al sólido desempeño de Casillero del Diablo, destacamos un incremento en nuestra categoría Invest liderada por nuestra marca de vino orgánico de California, Bonterra, nuestra marca icónica de Chile, Don Melchor y Trivento Golden de Argentina. Además, las marcas de mayor volumen en la categoría Protect, Fetzer y Frontera, registraron tasas de crecimiento de doble dígito.

1.1.4. Argentina

En el mercado doméstico de Argentina, el cual representó el 0,5% de los ingresos consolidados, el volumen de ventas aumentó un 30,1% y las ventas en valor aumentaron un 23,8% en pesos chilenos (el tipo de cambio promedio CLP/ARS se depreció un 38% a/a). En el trimestre, nuestra marca Principal, Casillero del Diablo, mostró un sólido desempeño.

¹ En base a información publicada por el Banco Central de Chile.

VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF WINERIES —

La operación productiva en Argentina está orientada a los Mercados de Exportación y ha tenido un desempeño notable en términos de ventas y rentabilidad, gracias a una estructura y modelo productivo flexible y competitivo.

1.2. Venta de Otros Negocios No Vino

Las ventas de Otros negocios, no vino aumentaron un 28,6% en el trimestre, reflejando principalmente mayores ventas de las cervezas Premium Miller, Kross y Damm.

2. Costo de Venta

El costo de venta fue de Ch\$100.833 millones, un 8,7% por encima de la cifra de 1T20. El ratio costo de ventas a ventas fue de 61,7%, 30pb ligeramente por encima que en 1T20, reflejando el impacto de la apreciación del peso chileno frente a la mayoría de las monedas de exportación y un mayor costo de vino, relacionado a la vendimia 2020. Esto fue compensado ampliamente por un mejor mix de ventas, dado el fuerte crecimiento de las ventas en las categorías de vino Principal e Invest.

3. Gastos de Administración y Venta (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución y gastos de administración) fueron Ch\$39.885 millones en el período, menor a la cifra de Ch\$41.633 millones registrada en el 1T20 (-4,2%), lo que se relaciona con la contención de gastos y fluctuaciones del tipo de cambio, entre otros. Como resultado, el ratio GAV sobre ventas fue de 24,4% en el trimestre, 320pb menores a/a.

4. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos y gastos registraron una ganancia neta de Ch\$266 millones en 1T21, lo que se compara con una pérdida neta de Ch\$282 millones en 1T20. Esto se explica ampliamente por un ingreso de Ch\$629 millones en el 1T21 por la venta de activos inmobiliarios.

5. Resultado Operacional

Las ganancias de actividades operacionales fueron de Ch\$23.050 millones, aumentando un 40,1% frente a los Ch\$16.455 millones del 1T20. El margen operacional aumentó 320pb llegando a 14,1% en 1T21 desde un 10,9% en 1T20. Esta expansión en el margen refleja principalmente: una mejora en nuestro mix de ventas, mayores volúmenes y la contención de costos y gastos. Esto fue compensado en parte por fluctuaciones desfavorables del tipo de cambio y un mayor costo del vino a/a.

6. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización) fue de Ch\$29.229 millones en 1T21, un 30,9% mayor a la cifra de 1T20. El margen EBITDA fue de 17,9%, 310pb superior al margen de 1T20.

7. Resultado No Operacional

En 1T21, la compañía registró una pérdida no operacional de Ch\$3.385 millones, lo que se compara con una pérdida de Ch\$5.105 millones en 1T20. Esto refleja una menor pérdida por diferencias de cambio en 2021 y menores costos financieros netos.

Los costos financieros, netos de ingresos financieros y unidades de reajuste, fueron de Ch\$2.794 millones en 1T21, inferior a la cifra de Ch\$3.548 millones registrados en 1T20. Al 31 de marzo de 2021, la deuda financiera neta totalizó Ch\$206.944 millones, 3,8% por debajo de la cifra al 31 de diciembre de 2020, y 30,2% menor a la cifra al 31 de marzo de 2020.

8. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de Ch\$4.666 millones, superior a la cifra de Ch\$3.570 millones en 1T20, debido a una mayor utilidad antes de impuestos. La tasa impositiva fue 23,4%, inferior a la tasa de 30,5% en 1T20, como resultado de diferencias en fluctuaciones cambiarias e inflación, entre otros.

9. Ganancia y Ganancias por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de Ch\$14.731 millones, con un aumento de 87,3% desde los Ch\$7.863 millones reportados en 1T20. El margen neto fue de 9,0% con un alza de 380pb.

En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la ganancia por acción de Concha y Toro totalizó Ch\$19,72, un 87,3% superior a los Ch\$10,53 por acción registrados en el mismo período del año anterior.

Estado de Situación Financiera al 31 de marzo de 2021

1. Activos

Al 31 de marzo de 2021, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron Ch\$1.240.812 millones, un 3,0% inferior a la cifra reportada al 31 de diciembre de 2020.

2. Pasivos

Al 31 de marzo de 2021, la deuda financiera neta totalizó Ch\$206.944 millones, 3,8% por debajo de la cifra al 31 de diciembre de 2020. La razón DFN/EBITDA fue de 1,34x al 31 de marzo de 2021.

La Deuda Financiera Neta es calculada 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 EE.UU. 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\$)	1T21	1T20	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	163.502.795	151.113.342	8,2%
Costo de ventas	(100.833.486)	(92.743.374)	8,7%
Ganancia bruta	62.669.309	58.369.968	7,4%
Margen bruto	38,3%	38,6%	(30 pb)
Otros ingresos	884.684	131.741	571,5%
Costos de distribución	(32.014.866)	(33.373.192)	(4,1%)
Gastos de administración	(7.870.140)	(8.259.825)	(4,7%)
Otros gastos, por función	(618.960)	(413.321)	49,8%
Ganancias de actividades operacionales	23.050.027	16.455.371	40,1%
Margen operacional	14,1%	10,9%	320 pb
Ingresos financieros	609.917	402.749	51,4%
Costos financieros	(3.300.833)	(3.611.810)	(8,6%)
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	(289.896)	(342.807)	(15,4%)
Diferencias de cambio	(301.136)	(1.213.811)	(75,2%)
Resultados por unidades de reajuste	(103.196)	(338.848)	(69,5%)
Resultado no operacional	(3.385.144)	(5.104.527)	(33,7%)
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	19.664.883	11.350.844	73,2%
Gasto por impuestos a las ganancias	(4.666.264)	(3.569.620)	30,7%
Ganancia (pérdida)	14.998.619	7.781.224	92,8%
(Ganancia) pérdida, atribuible a participaciones no controladoras	(268.025)	81.490	
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	14.730.594	7.862.714	87,3%
Margen neto	9,0%	5,2%	380 pb
Ganancia (pérdida) por acción	19,72	10,53	87,3%
Gastos por depreciación	5.756.688	5.470.376	5,2%
Gastos por amortización	422.166	401.486	5,2%
EBITDA *	29.228.881	22.327.233	30,9%
Margen EBITDA*	17,9%	14,8%	310 pb

* EBITDA = Profit from operating activities + Depreciation & Amortization expenses.

Estado de Situación Financiera²

(Miles de Ch\$)	Mar. 31, 2021	Dec. 31, 2020	Var (%)
Activos			
Efectivo y equivalentes al efectivo	65.918.881	93.178.436	(29,3%)
Inventarios corrientes	332.560.548	304.895.225	9,1%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	169.891.598	192.723.241	(11,8%)
Activos biológicos corrientes	13.727.702	25.509.834	(46,2%)
Otros activos corrientes	25.060.871	38.937.011	(35,6%)
Activos corrientes totales	607.159.600	655.243.747	(7,3%)
Propiedades, planta y equipo	414.903.047	408.358.064	1,6%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	25.660.955	25.783.079	(0,5%)
Otros activos no corrientes	193.087.906	190.307.729	1,5%
Total de activos no corrientes	633.651.908	624.448.872	1,5%
Total de activos	1.240.811.508	1.279.692.619	(3,0%)
Pasivos			
Otros pasivos financieros corrientes	68.616.846	69.193.170	(0,8%)
Otros pasivos corrientes	205.663.899	223.699.791	(8,1%)
Pasivos corrientes totales	274.280.745	292.892.961	(6,4%)
Otros pasivos financieros no corrientes	219.469.772	254.976.947	(13,9%)
Otros pasivos no corrientes	82.968.973	83.248.032	(0,3%)
Total de pasivos no corrientes	302.438.745	338.224.979	(10,6%)
Total de pasivos	576.719.490	631.117.940	(8,6%)
Patrimonio			
Capital emitido	84.178.790	84.178.790	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	578.089.939	563.910.980	2,5%
Otras reservas	(3.233.222)	(4.335.031)	(25,4%)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	659.035.507	643.754.739	2,4%
Participaciones no controladoras	5.056.511	4.819.940	4,9%
Patrimonio total	664.092.018	648.574.679	2,4%
Total de patrimonio y pasivos	1.240.811.508	1.279.692.619	(3,0%)

² Para facilitar su análisis, algunas cuentas contables han sido agrupadas.