



PRESS RELEASE

10
24

VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

ÍNDICE

CAP. 01

Highlights

CAP. 02

Comentarios del CEO

CAP. 03

Resultados 1Q24

CAP. 04

Estado de Resultados

CAP. 05

Estado de Situación Financiera al 31 de marzo de 2024

Press Release (*)

Viña Concha y Toro

(*) 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 puedan no reflejar con precisión las cifras absolutas.

Reunión inversionistas

Martes 30 de abril, 11:00 hrs.

Contacto:

Daniela Lama

Head of Investor Relations

daniela.lama@conchaytoro.cl

conchaytoro-ir@conchaytoro.cl

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 más de 12.000 hectáreas de viñedos en Chile, Argentina y EE.UU.. Su portfolio de vinos incluye los íconos Don Melchor y Almaviva (Joint Venture con Baron Philippe de Rothschild) y su emblemático Casillero del Diablo, además los vinos Trivento de Argentina, 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.

CAP. 01

Highlights

1Q24 vs 1Q23

VENTA CONSOLIDADA



+26,4%

hasta Ch\$206.170 MM

PREMIUMIZACIÓN



49,9%

MIX PORTFOLIO
PRINCIPAL + INVEST
(-60 pb)

GANANCIA BRUTA



+31,5%

HASTA Ch\$78.618 MM
El margen bruto
alcanzó 38,1% (+150 pb)

EBITDA

+118,0%

HASTA Ch\$28.371 MM

MARGEN EBITDA

13,8%

(+580 pb)

UTILIDAD NETA

+304,2%

llegando a Ch\$12.740 MM,
con un Margen Neto de 6,2%
(+420 pb)

CAP. 02

Comentarios del CEO

Si bien aún persiste una situación desafiante a nivel mundial para la industria del vino y alcoholes en general, podemos decir con seguridad que Viña Concha y Toro hoy es otra empresa. Nos anticipamos e hicimos los ajustes necesarios, permitiéndonos ser una empresa más resiliente, ágil, eficiente y cercana a los consumidores, lo que ya se está reflejando en los resultados.

En los primeros tres meses del año observamos una notoria mejoría en todas nuestras líneas, completando dos trimestres de crecimiento consecutivos, luego del complejo 2023 para la industria mundial del vino, explicado por la efectividad de las medidas adoptadas por la compañía desde septiembre de 2022 para enfrentar el desafiante escenario para el sector, así como también por una mejora gradual de las condiciones económicas internacionales.

Es así como observamos un crecimiento en las ventas de vinos de 12,4% en volumen y 30,6% en valor, llegando a Ch\$206.170 millones, donde destacamos a Estados Unidos, con un alza de dos dígitos, y Reino Unido, que continúa con un crecimiento sólido. Nuestras marcas prioritarias continuaron dando señales de fortaleza global, donde destacamos a Casillero del Diablo, con un alza de 33,2% interanual.

Adicionalmente, continuamos con nuestro plan de eficiencias y optimización de los procesos y estructura, donde nuestro objetivo es obtener ahorros de Ch\$20.000 millones al 2025, lo que nos permite tener una estructura más liviana y eficiente, como se comentó anteriormente.

Hemos ubicado a la innovación como nuestra principal palanca transversal de crecimiento en la empresa, apoyados fuertemente con el trabajo realizado desde nuestro propio Centro de Investigación e Innovación, único en la industria de América Latina, y de los pocos en el mundo. Los lanzamientos de nuevos productos de los últimos meses están siendo muy bien recibidos por los consumidores, lo que alimenta nuestras positivas perspectivas para 2024.

Así, para este año, continuamos con nuestra proyección de crecimiento en ventas de doble dígito.

CAP. 03

Resultados 1Q24

Ventas Consolidadas

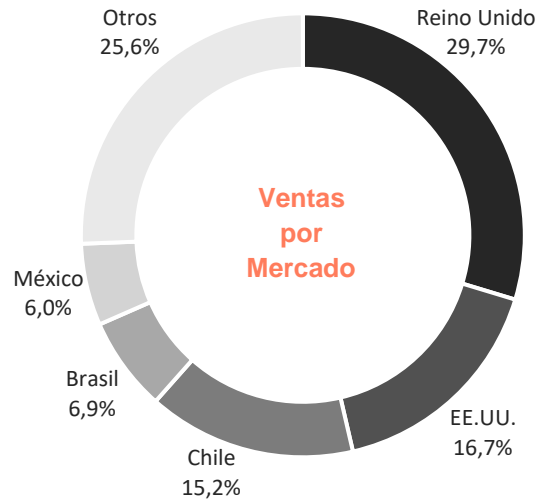
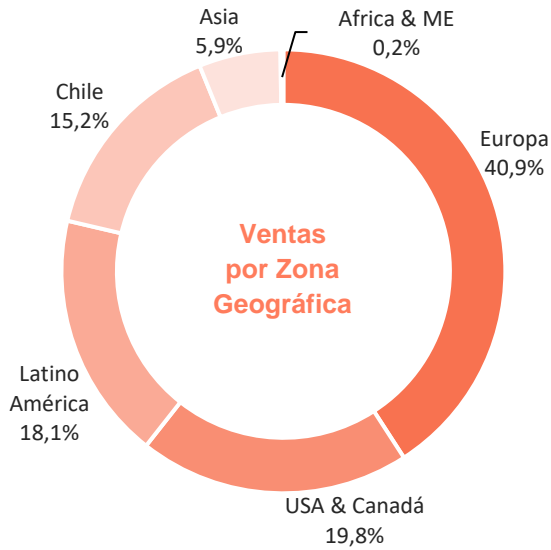
Ventas (Millones de Ch\$)	1Q24	1Q23	Var (%)
Mercados de Exportación ⁽¹⁾	136.756	102.168	33,9%
Chile	31.286	32.092	(2,5%)
<i>Vino</i>	20.371	19.256	5,8%
<i>Cervezas y Licores</i> ⁽²⁾	10.915	12.836	(15,0%)
EE.UU.	34.426	25.192	36,7%
Otros	3.702	3.719	(0,5%)
Total Ventas	206.170	163.172	26,4%

Volumen (miles de C9L)	1Q24	1Q23	Var (%)
Mercados de Exportación	4.333	3.805	13,9%
Chile	1.930	2.094	(7,9%)
<i>Vino</i>	1.252	1.286	(2,7%)
<i>Cervezas y Licores</i> ⁽²⁾	678	808	(16,1%)
EE.UU.	888	667	33,2%
Total Volumen	7.151	6.566	8,9%

Precio promedio (por C9L) ⁽³⁾		1Q24	1Q23	Var (%)
Mercados de Exportación	US\$	33,2	33,2	(0,0%)
Chile <i>Vino</i>	Ch\$	16.269	14.968	8,7%
EE.UU.	US\$	40,7	46,6	(12,6%)

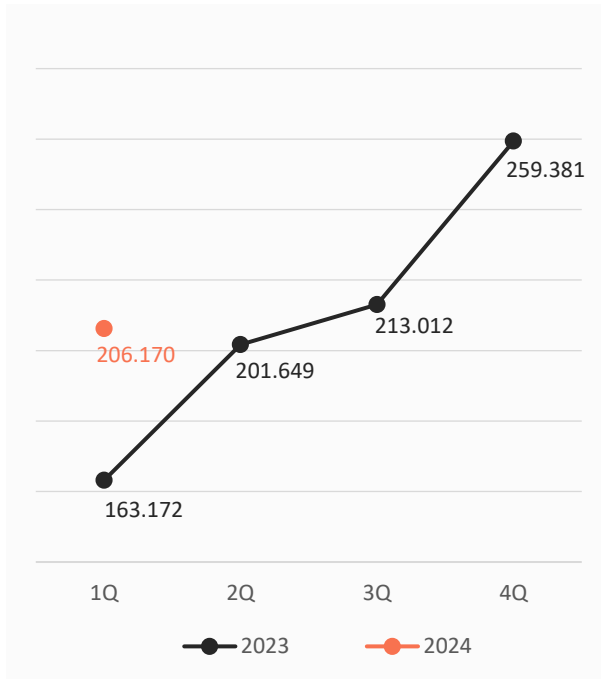
(1) Incluye exportaciones a terceros desde Chile, Argentina y EE.UU. y ventas en Argentina. Excluye exportaciones de Chile y Argentina a EE.UU., las cuales están incluidas en EE.UU. (2) "Cerveza y licores" se informaron anteriormente bajo el nombre Ventas No-Vino. La división de esta línea tiene como objetivo separar las ventas no líquidas (ahora pertenecientes a "Otros"), de las bebidas distintas al vino (ahora pertenecientes a "Cerveza y licores"). (3) Excluye las ventas de vino a granel.

Participación ventas en valor 1Q24

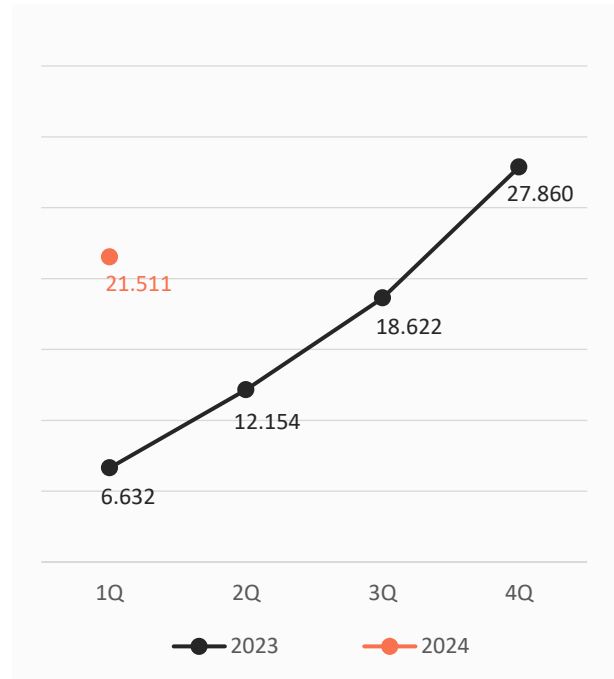


Evolución por Trimestre (cifras en millones de Ch\$)

Ventas



EBIT



1. Venta consolidada

Comenzamos el año 2024 con la misma tendencia de crecimiento que vimos al cierre del 2023, donde se ven los frutos de las medidas implementadas por la compañía en los últimos años y una recuperación parcial en el consumo de vino a nivel global, con menores niveles de inventario a lo largo de la cadena de distribución. Esto representó un crecimiento de 26,4% en las ventas consolidadas para el 1Q24, totalizando en Ch\$206.170 millones, con un alza del precio promedio de 16,0% YoY, acompañado de un aumento de 8,9% en el volumen comercializado.

Este trimestre destacamos el alza en ventas y volumen de EE.UU., mercado que ha estado marcado por caídas en ventas en los últimos años, especialmente de los segmentos bajo US\$10. Este positivo desempeño se explica, principalmente, porque el esfuerzo en potenciar las categorías premium y superior ya comienza a rendir frutos. También observamos el constante crecimiento que ha tenido Reino Unido en los últimos trimestres, logrando un alza de 34,9% en valor.

Así, vemos que el segmento Vino tuvo un crecimiento en volúmenes de 12,4% YoY, lo que genera una recuperación de las ventas en valor, a lo cual también ayudó los efectos de tipo de cambio, a pesar de que el segmento de Cervezas y Licores continuara mostrando caídas (-16,1% en volumen), particularmente por las categorías de cervezas premium.

En línea con una de las ventajas competitivas de la compañía, las marcas continuaron mostrando señales de fortaleza, al igual como lo hicieron durante el complejo 2023. Destacamos el crecimiento en valor de Casillero del Diablo (+33,2%), Trivento Reserve (+36,7%), Diablo (+28,5%) e Isla Negra (+49,3%). Este trimestre se suma Frontera, con un crecimiento de 91,5% en valor.

En las categorías Principal e Invest se vio una leve caída en el mix de ventas, representando el 49,9% de las ventas totales de la compañía (-60 pb interanual), debido al alza de categorías no premium, principalmente por la marca Frontera en EE.UU..

Para el 1Q24, destacamos el aumento del precio promedio/mix en Chile Vino (+8,7% en Ch\$). En EE.UU. vemos una caída de 12,6% en US\$ mientras que en Mercados de exportación no hubo variación en US\$.

1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de la compañía en los Mercados de Exportación aumentaron un 33,9%, llegando a Ch\$136.756 millones, con un crecimiento de 13,9% en volumen. Este resultado refleja todas las medidas y estrategias que la compañía ha realizado en los últimos años para recuperar volúmenes, tras un contexto de desaceleración del consumo y ajustes tras el foco en reducción de inventarios de producto terminado de distribuidores y principales retailers, por las razones ya explicadas.

En Europa, la facturación creció un 32,0%, principalmente por la continua recuperación de ventas de Reino Unido, reflejando mejoras en las categorías Principal, Invest y Protect,

que representan un incremento de 35,4% en valor YoY. También destacan Suecia y Países Bajos, con crecimientos en valor de 22,8% y 38,9% respectivamente.

En Asia, las ventas crecieron 17,0% en valor, debido, principalmente, a mayores ventas en Japón, con alzas de 118,9% y en Corea del Sur, con un crecimiento de 85,5%. Por otro lado, China decrece en 16,6% en valor debido a los aún altos niveles de inventario existentes en el mercado y consumos débiles.

En América Latina la venta creció 43,6% en valor, destacando Brasil y México, con alzas de 49,7% y 33,6% respectivamente, por aumentos en las categorías Principal, Invest y Protect. El resto de los países tienen un crecimiento de 49,9% en valor.

En Canadá, las ventas crecieron 48,3% en valor, donde todas las categorías están con crecimiento de doble dígito en valor y destaca Invest con alzas de 66,3%.

Con respecto al impacto cambiario, en el 1Q24 el peso chileno se depreció un 19,8% frente a nuestra canasta de monedas de facturación. A nivel de las principales monedas, el peso chileno se depreció respecto del dólar estadounidense (17,4%), del euro (19,7%) y de la libra esterlina (23,1%)¹.

1.2. Chile

En el mercado doméstico de Chile, la venta de vino creció 5,8% en valor, llegando a Ch\$20.371 millones. Se observa un alza de 8,7% en el precio promedio/mix que compensa la caída en volumen de 2,7%. El alza se concentró principalmente en la categoría Protect (+12,0% en valor), pero de igual forma se ven crecimientos en las categorías Principal + Invest, las cuales suben tanto en valor (+3,8%) como en volumen (+4,0%).

A nivel de marcas destacamos los incrementos en valor de Diablo (+2,5%), Marques de Casa Concha (+22,1%), Exportación Selecto (+28,3%) y Tocornal (+25,2%), así como la incorporación de nuevos lanzamientos como Casillero del Diablo Devils Carnaval y Casillero Belight.

La categoría Cervezas y Licores tuvo una caída de 16,1% en volumen y 15,0% en valor, debido, en gran medida, por menores ventas de cervezas premium, explicado por una alta competencia en dicho segmento, unido a un menor consumo producto de condiciones económicas y menores temperaturas.

1.3. EE.UU.

Las ventas en el mercado doméstico de EE.UU. incluyen las de Bonterra Organic Estates (ex Fetzer Vineyards) y el portafolio importado de Chile y Argentina, actualmente comercializado por Bonterra Organic Estates.

¹ En base a los tipos de cambio efectivos para Viña Concha y Toro.

En EE.UU., la venta tuvo un alza de 36,7% en valor, llegando a Ch\$34.426 millones, con volúmenes creciendo 33,2%. El precio promedio/mix en dólares cayó un 12,6%, pero vemos un alza en el precio promedio/mix en pesos chilenos de 2,6%, debido a la variación del tipo de cambio del trimestre.

A nivel de marca, destacan Frontera, con un incremento de 91,9% en valor, Casillero del Diablo, con un alza de 55,9%, y Trivento Reserve, la marca de nuestra filial argentina, con un aumento de 127,5%.

En este mercado hay que considerar que la base del 2023 estuvo impactada por ajustes del consumo que se observaron a nivel industria, con menores volúmenes, especialmente en segmentos bajo US\$10, y adicionalmente por ajustes en los inventarios de los principales distribuidores en un contexto financiero más restrictivo y de alzas en las tasas de interés. Si bien la recuperación del 1Q24 se da bajo este contexto, no significa aún que el mercado se haya recuperado y que esperemos crecimientos de este nivel para los siguientes trimestres.

2. Costo de Ventas

El costo de venta alcanzó Ch\$127.552 millones, 23,4% superior a la cifra del 1Q23, debido, en parte, al aumento de volúmenes del trimestre, a efectos del excise por mayores ventas en Reino Unido y a efectos de tipo de cambio por la devaluación del peso chileno.

La ratio costo de ventas sobre ventas alcanza un 61,9%, disminuyendo 150 pb con respecto al 63,4% reflejado en el 1Q23, lo que, si bien sigue alto comparando con nuestra ratio meta del 60%, ya se va acercando a esta debido a los menores costos extraordinarios y a las eficiencias realizadas en las áreas productivas y operacionales.

A nivel unitario (\$/Lt), el costo consolidado aumenta un 6,0% YoY. Al verlo por moneda de origen en cada país, en Argentina se ve un alza en el costo por litro en dólares de 32,1%, debido a un aumento general por el contexto país. En EE.UU., tuvimos una disminución de 15,5% en el costo por litro en dólares producto a eficiencias realizadas en la operación. En Chile, vemos una disminución en el costo por litro en pesos chilenos de 2,0%, por un menor costo vino y por eficiencias en la operación.

3. Margen Bruto

La compañía alcanzó un margen bruto de 38,1% (+150 pb), reflejando las mejoras en costos que se fueron reflejando a lo largo del 2023, cambios en el mix de ventas y mayores volúmenes, unido a un impacto favorable del tipo de cambio.

4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución + gastos de administración) fueron Ch\$57.091 millones en el periodo, 8,3% superior a la cifra de Ch\$52.728 millones registrada en el 1Q23. El aumento de los GAV se debe principalmente a efectos de tipo de cambio, donde se observa un alza en remuneraciones, gastos en marketing y servicios de terceros. Sin embargo, y debido a las mayores ventas, la ratio GAV sobre ventas mejoró 460 pb en comparación con 1Q23, llegando a 27,7%.

Este monto refleja la optimización de los procesos y estructura que la compañía comenzó a ejecutar desde el 2023, además de un menor gasto por concepto de extraordinarios que se observaban en trimestres anteriores, en especial por arriendos de bodegas.

5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos fueron de Ch\$394 millones en 1Q24, un 38,4% mayor que el mismo trimestre del 2023, en el que llegó a Ch\$285 millones. Esto se explica mayormente porque durante el periodo tuvimos regularizaciones de saldos asociados a proveedores, por Ch\$168 millones.

Otros gastos sumaron Ch\$410 millones este trimestre, un 42,2% inferior al mismo periodo del año pasado, el cual fue de Ch\$710 millones. Esto se explica principalmente porque en 1Q23 hubo un gasto extraordinario, por Ch\$208 millones, que no se volvió a tener.

6. Resultado Operacional

Las ganancias de actividades operacionales alcanzaron Ch\$21.511 millones, mejorando un 224,4% desde Ch\$6.632 millones en 1Q23. El margen operacional fue 10,4% en 1Q24, lo que se compara con el 4,1% obtenido en 1Q23 (+640 pb).

Durante este trimestre, se registraron Ch\$737 millones de costos y gastos extraordinarios, explicados, en su mayoría, por IAS sin reposición. Con esto, el Resultado Operacional hubiese alcanzado Ch\$22.248 millones, con un margen de 10,8% en 1Q24.

7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización) fue de Ch\$28.371 millones en 1Q24, 118,0% por sobre la cifra del 1Q23. El margen EBITDA fue de 13,8% (+580 pb).

8. Resultado No Operacional

En el 1Q24 la compañía registró una pérdida no operacional de Ch\$4.968 millones, un 48,4% superior a la pérdida de Ch\$3.348 millones en 1Q23. Esto se explica, en gran medida, por un mayor gasto financiero neto en el periodo.

Los ingresos financieros fueron Ch\$1.129 millones en 1Q24, 68,6% superior a la cifra de Ch\$670 millones registrada en 1Q23. Esto se explica, en su mayoría, por mayor rentabilidad de inversiones de corto plazo.

Los gastos financieros aumentaron un 46,7% contra el 1Q23, alcanzando Ch\$6.291 millones, lo que viene dado por el aumento de las tasas de interés de corto plazo, aumento de capital para financiar las menores ventas debido a menores volúmenes de 2023, y por efectos de tipo de cambio.

Al 31 de marzo de 2024, la deuda financiera neta sin intereses totalizó en Ch\$397.738 millones, 29,8% por sobre la cifra al 31 de marzo de 2023.

El resultado en la participación de empresas asociadas y negocios conjuntos fue una pérdida de Ch\$65 millones en 1Q24 vs una pérdida de Ch\$285 millones en 1Q23, una disminución de 77,2%.

La utilidad por diferencia de cambio fue de Ch\$230 millones, una caída de 64,3% respecto al mismo periodo del 2023, que representó Ch\$644 millones.

9. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de Ch\$3.698 millones, 1.857,2% superior a la cifra de Ch\$189 millones en 1Q23 debido, mayormente, a que en el primer trimestre del año pasado aún se reflejaba el beneficio tributario por el aumento de la inflación en Chile, el cual afectó la tasa de impuestos, y, además, a mayores ventas obtenidas en el periodo.

10. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue Ch\$12.740 millones, un aumento de 304,2% respecto a los Ch\$3.152 millones reportados en 1Q23. El margen neto fue 6,2%, con una mejora de 420 pb.

En base a las 739.010.000 acciones suscritas en circulación² al 31 de marzo de 2024, la ganancia por acción de Concha y Toro totalizó en Ch\$17,2, un 304,2% superior de los Ch\$4,3 por acción registrados en el mismo trimestre del año anterior, con la misma cantidad de acciones suscritas, explicado por un crecimiento de la utilidad neta.

² Acciones suscritas en circulación corresponden al total de acciones de la compañía, sin contar aquellas que fueron adquiridas de acuerdo con el programa de recompra de acciones.

CAP. 04

Estado de Resultados

(miles de Ch\$)	1Q24	1Q23	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	206.169.818	163.171.522	26,4%
Costo de ventas	(127.551.631)	(103.385.956)	23,4%
Ganancia bruta	78.618.187	59.785.566	31,5%
Margen bruto	38,1%	36,6%	150 bp
Otros ingresos	393.936	284.734	38,4%
Costos de distribución	(44.146.594)	(40.597.611)	8,7%
Gastos de administración	(12.944.098)	(12.130.567)	6,7%
Otros gastos, por función	(410.217)	(710.222)	(42,2%)
Ganancias de actividades operacionales	21.511.214	6.631.900	224,4%
Margen operacional	10,4%	4,1%	640 bp
Ingresos financieros	1.128.576	669.542	68,6%
Gastos financieros	(6.290.667)	(4.289.478)	46,7%
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	(65.063)	(284.747)	(77,2%)
Diferencias de cambio	229.709	643.588	(64,3%)
Resultados por unidades de reajuste	29.027	(86.994)	(133,4%)
Resultado no operacional	(4.968.418)	(3.348.089)	48,4%
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	16.542.796	3.283.811	403,8%
Gasto por impuestos a las ganancias	(3.698.074)	(188.950)	1857,2%
Ganancia (pérdida)	12.844.722	3.094.861	315,0%
(Ganancia) pérdida, atribuible a participaciones no controladoras	104.728	(57.082)	(283,5%)
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	12.739.994	3.151.943	304,2%
Margen neto	6,2%	1,9%	420 bp
Ganancia (pérdida) por acción *	17,2	4,3	304,2%
Gastos por depreciación	6.049.584	5.802.104	4,3%
Gastos por amortización	809.762	580.148	39,6%
EBITDA **	28.370.560	13.014.152	118,0%
Margen EBITDA**	13,8%	8,0%	580 bp

* Número de acciones suscritas en 1Q23 y 1Q24 es de 739.010.000.

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

CAP. 05

Estado de situación financiera³

(Miles de Ch\$)	Mar. 31, 2024	Dic. 31, 2023	Var (%)
Activos			
Efectivo y equivalentes al efectivo	33.483.498	34.185.194	(2,1%)
Inventarios corrientes	445.006.417	425.230.734	4,7%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	243.029.578	275.103.598	(11,7%)
Activos biológicos corrientes	27.267.058	32.529.394	(16,2%)
Otros activos corrientes	61.660.275	54.734.986	12,7%
Activos corrientes totales	810.446.826	821.783.906	(1,4%)
Propiedades, planta y equipo	518.903.797	506.358.397	2,5%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	36.047.657	35.564.612	1,4%
Otros activos no corrientes	291.717.109	272.830.237	6,9%
Total de activos no corrientes	846.668.563	814.753.246	3,9%
Total de activos	1.657.115.389	1.636.537.152	1,3%
Pasivos			
Otros pasivos financieros corrientes	220.282.993	207.046.662	6,4%
Otros pasivos corrientes	238.828.227	249.338.599	(4,2%)
Pasivos corrientes totales	459.111.220	456.385.261	0,6%
Otros pasivos financieros no corrientes	330.400.933	300.659.510	9,9%
Otros pasivos no corrientes	96.350.521	97.408.504	(1,1%)
Total de pasivos no corrientes	426.751.454	398.068.014	7,2%
Total de pasivos	885.862.674	854.453.275	3,7%
Patrimonio			
Capital emitido	74.618.232	74.618.232	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	694.374.538	696.336.230	(0,3%)
Acciones propias	(587.352)	(587.352)	0,0%
Otras reservas	(5.877.846)	3.889.439	(251,1%)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	762.527.572	774.256.549	(1,5%)
Participaciones no controladoras	8.725.143	7.827.328	11,5%
Patrimonio total	771.252.715	782.083.877	(1,4%)
Total de patrimonio y pasivos	1.657.115.389	1.636.537.152	1,3%

³ Para facilitar su análisis, algunas cuentas contables han sido agrupadas.

Estado de situación financiera al 31 de marzo de 2024

1. Activos

Al 31 de marzo de 2024, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron en Ch\$1.657.115 millones, un 1,3% superior a la cifra reportada al 31 de diciembre de 2023.

2. Pasivos

Al 31 de marzo de 2024, la deuda financiera neta con derivados relacionados totalizó en Ch\$397.738 millones, 2,2% por sobre la cifra al 31 de diciembre de 2023. La ratio DFN/EBITDA fue 3,6x.

La Deuda Financiera Neta con derivados relacionados es calculada como: Capital de la Deuda incluyendo Derivados relacionados a la Deuda Financiera – Efectivo y equivalente al efectivo. Nota 19, Estados Financieros.