



PRESS RELEASE

30  
24

VIÑA CONCHA Y TORO  
— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

# ÍNDICE

**CAP. 01**

Highlights

**CAP. 02**

Comentarios del CEO

**CAP. 03**

Resultados 3Q24

**CAP. 04**

Resultados 9M24

**CAP. 05**

Estado de Resultados

**CAP. 06**

Estado de Situación Financiera al 30 de septiembre 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.

## 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 Barón 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.

## Reunión inversionistas

Jueves 07 de noviembre, 11:00 hrs.

### Contacto:

Daniela Lama

Head of Investor Relations

daniela.lama@conchaytoro.cl

conchaytoro-ir@conchaytoro.cl

CAP. 01

# Highlights

3 Q 2 4



VENTA CONSOLIDADA

**+9,0%**

HASTA CLP\$ 232.200 MM



PREMIUMIZACIÓN

**52,5%**

MIX PORTFOLIO  
PRINCIPAL + INVEST  
(+190 pb)



GANANCIA BRUTA

**+14,0%**

HASTA CLP\$ 89.387 MM  
EL MARGEN BRUTO ALCANZÓ 38,5%  
(+170 pb)

EBITDA

**+25,8%**

CLP\$ 33.216 MM

MARGEN EBITDA

**14,3%**

(+190 pb)

UTILIDAD NETA

**+6,8%**

LLEGANDO A CLP\$ 17.857 MM,  
CON UN MARGEN NETO DE 7,7%  
(-20 pb)

9 M 2 4



VENTA CONSOLIDADA

**+16,9%**

HASTA CLP\$ 675.718 MM



PREMIUMIZACIÓN

**51,8%**

MIX PORTFOLIO  
PRINCIPAL + INVEST  
(+70 pb)



GANANCIA BRUTA

**+24,3%**

HASTA CLP\$ 262.618 MM  
EL MARGEN BRUTO ALCANZÓ 38,9%  
(+230 pb)

EBITDA

**+74,1%**

CLP\$ 102.911 MM

MARGEN EBITDA

**15,2%**

(+500 pb)

UTILIDAD NETA

**+99,7%**

LLEGANDO A CLP\$ 52.348 MM,  
CON UN MARGEN NETO DE 7,7%  
(+320 pb)

## CAP. 02

## Comentarios del CEO

Viña Concha y Toro sumó un nuevo trimestre de crecimiento en ventas, consolidando su recuperación al completar cuatro periodos consecutivos de alzas, lo que permite ratificar nuestras proyecciones de aumento de doble dígito bajo de ventas en valor para este año. Esto, pese al aún desafiante escenario mundial para la industria.

Las ventas de la compañía crecieron un 9,0% en el trimestre -acumulando en el año un avance de 16,9%- gracias a la fortaleza de las marcas prioritarias de la compañía (Principal e Invest), así como también al efecto tipo de cambio.

Considerando sólo vino, destaca el desempeño en el trimestre de Casillero del Diablo, con un crecimiento en valor de 8,2%, Trivento Reserve (+16,7%) y Diablo (+30,5%). Adicionalmente resalta el buen recibimiento de los consumidores a las innovaciones Casillero del Diablo Carnaval y Casillero del Diablo Belight, un producto bajo en calorías y alcohol.

El desempeño trimestral es aún más meritorio si se considera que EE.UU. tuvo una marcada desaceleración frente a nuestro primer semestre en medio de una alta competencia en el segmento de alcoholes; que el mercado chino sigue alicaído por su economía, afectando el segmento de vinos de lujo, y que el efecto inflacionario en Argentina impactó la operación trasandina. A ello se suma el persistente difícil escenario para el segmento cervezas premium en Chile.

Así, la compañía mejoró su margen bruto hasta 38,5% (+170 pb interanual) en el trimestre, reflejando cambios en el mix de ventas y mejoras en costos que se fueron reflejando en el último año, unido a un impacto favorable del tipo de cambio. Eso sí, en la comparación frente al 2Q de 2024 se produjo una disminución del margen bruto, a raíz de los menores volúmenes en el segmento Cervezas y Licores en Chile, explicando cerca de 1pp de menor margen.

Con todo, se mantiene intacta nuestra visión de crecimiento de dos dígitos en facturación en 2024 y alcanzar CLP\$140.000 millones en EBIT en 2025.

CAP. 03

## Resultados 3Q24

### Venta Consolidada

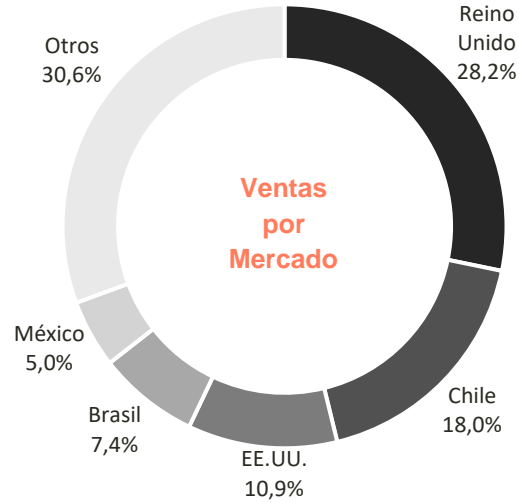
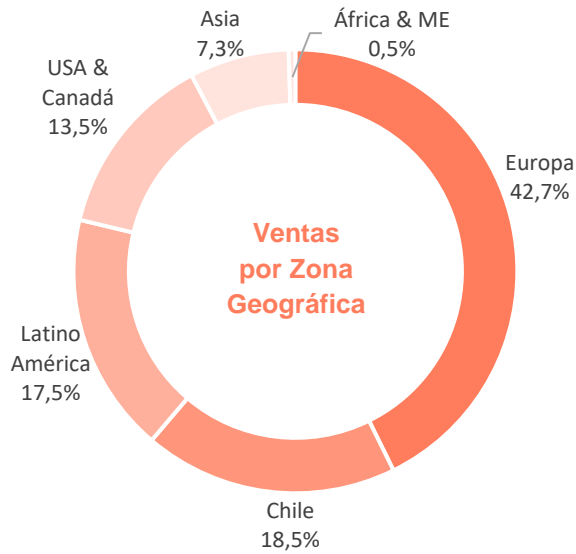
Ventas (Millones de CLP\$)	3Q24	3Q23	Var (%)	9M24	9M23	Var (%)
Mercados de Exportación <sup>(1)</sup>	158.349	142.316	11,3%	457.820	381.840	19,9%
Chile	41.709	40.530	2,9%	106.293	105.225	1,0%
<i>Vino</i>	31.325	29.622	5,7%	77.590	72.687	6,7%
<i>Cervezas y Licores</i> <sup>(2)</sup>	10.384	10.908	(4,8%)	28.703	32.538	(11,8%)
EE.UU.	25.290	25.896	(2,3%)	95.619	78.973	21,1%
Otros	6.852	4.269	60,5%	15.985	11.793	35,5%
<b>Total Ventas</b>	<b>232.200</b>	<b>213.012</b>	<b>9,0%</b>	<b>675.718</b>	<b>577.832</b>	<b>16,9%</b>

Volumen (Miles de C9L)	3Q24	3Q23	Var (%)	9M24	9M23	Var (%)
Mercados de Exportación	5.201	5.181	0,4%	14.777	14.074	5,0%
Chile	2.416	2.553	(5,4%)	6.363	6.787	(6,2%)
<i>Vino</i>	1.770	1.850	(4,3%)	4.575	4.742	(3,5%)
<i>Cervezas y Licores</i> <sup>(2)</sup>	646	703	(8,1%)	1.788	2.045	(12,6%)
EE.UU.	611	636	(4,0%)	2.393	2.068	15,7%
<b>Total Volumen</b>	<b>8.228</b>	<b>8.370</b>	<b>(1,7%)</b>	<b>23.533</b>	<b>22.929</b>	<b>2,6%</b>

Precio promedio (por C9L) <sup>(3)</sup>		3Q24	3Q23	Var (%)	9M24	9M23	Var (%)
Mercados de Exportación	US\$	32,7	32,2	1,6%	33,1	33,0	0,1%
Chile <i>Vino</i>	CLP\$	17.698	16.011	10,5%	16.960	15.329	10,6%
EE.UU.	US\$	44,5	47,2	(5,8%)	42,5	46,4	(8,3%)

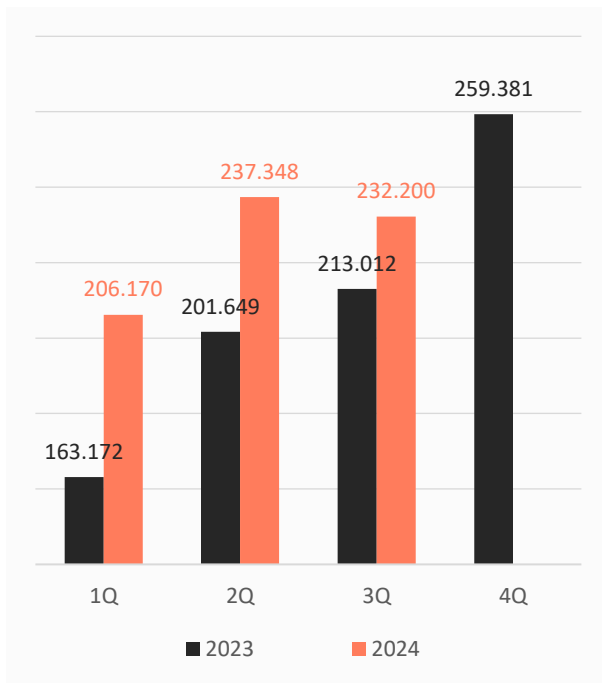
(1) Incluye exportaciones a terceros desde Chile, Argentina y EE.UU., y ventas en Argentina. Excluye exportaciones de Chile y Argentina a Estados Unidos, las cuales están incluidas en EE.UU. (2) "Cerveza y licores" se informaron anteriormente bajo el nombre Ventas No-Vino. La división de esta línea tiene 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 3Q24

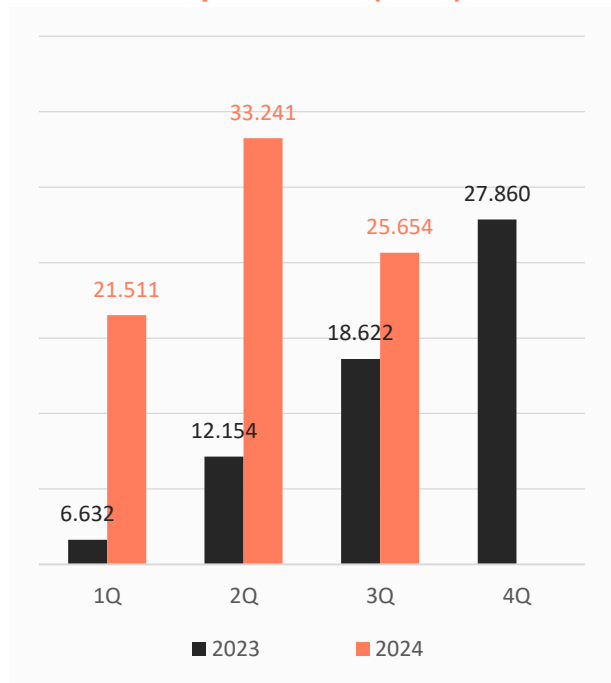


## Evolución por Trimestre: Crecimiento de doble dígito en Ventas y EBIT (cifras en millones de CLP\$)

### Ventas



### Resultado Operacional (EBIT)



## 1. Venta consolidada

En línea con lo esperado, el tercer trimestre continuó con el crecimiento de las ventas en valor, al totalizar CLP\$232.200 millones (+9,0% YoY). Esto, gracias a un mayor precio promedio (+10,9%) por un mejor tipo de cambio y mix de producto, que permitió compensar la caída de volúmenes (-1,7%). De esta manera, la compañía completó cuatro trimestres de alzas, gracias a las medidas implementadas en los últimos años, a pesar de que la industria sigue afectada a nivel global.

El segmento Vino tuvo un alza en las ventas en valor de 8,7% debido a un mayor precio promedio por efecto tipo de cambio y mix, lo que logró contrarrestar la disminución en volúmenes de 1,1% YoY. El segmento de Cervezas y Licores, en tanto, disminuyó la magnitud de la caída respecto de los trimestres anteriores, al registrar una baja de 8,1% en volumen y 4,8% en valor. Lo anterior, en parte, gracias al crecimiento de las marcas de cervezas y piscos propios, como Odissea de Kross, Mal Paso y pisco Diablo.

Entre los mayores mercados de la compañía, Reino Unido volvió a mostrar crecimiento de doble dígito (+16,1% en valor). También destacó Brasil, con un incremento de 12,0%, y México, con 14,0%.

Luego de un fuerte desempeño en Estados Unidos durante la primera mitad del año (+24,5% en volumen y +32,5% en valor), el tercer trimestre hubo un ajuste que generó una disminución de ventas en ambas métricas.

En el tercer trimestre hubo un notable desempeño en valor de nuestras marcas prioritarias: Casillero del Diablo (+8,1%), Diablo (+30,5%), Trivento Reserve (+16,7%) y Reservado (+15,1%).

En las categorías Principal e Invest, donde encontramos el portfolio prioritario de marcas de la compañía, se observó un alza en el mix de ventas, representando el 52,5% de los ingresos totales de la compañía (+190 pb interanual), debido al alza de categorías premium, en mayor medida, por el segmento Invest.

Durante este periodo resaltó el aumento del precio promedio/mix en Chile Vino (+10,5% en CLP\$) y Mercados de Exportación (+1,6% en US\$). En EE.UU. se vio una caída en US\$ de 5,8%.

### 1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de la compañía en los Mercados de Exportación aumentaron un 11,3%, llegando a CLP\$158.349 millones, con volúmenes casi planos. Este resultado continúa reflejando las medidas y estrategias que la compañía ha realizado en los últimos años para recuperar volúmenes, luego de la desaceleración del consumo producto del complejo contexto macroeconómico mundial, lo que a su vez llevó a que distribuidores y retailers pusieran el foco en la disminución de inventarios.

En Europa, la facturación creció un 17,4%, donde seguimos destacando el crecimiento de ventas de Reino Unido, con alzas en todas las categorías, y donde el mix Principal + Invest



representa el 70,2% en valor. También destacan Irlanda y Suecia, con crecimientos en valor de 52,6% y 31,4% respectivamente.

En Asia, la facturación aumentó 0,5%, donde destaca el crecimiento de Japón de 7,0%, lo que estuvo empujado por el segmento Invest. No obstante, en el resto de la región asiática, se observó un escenario desafiante por las condiciones macroeconómicas, lo que afectó el desempeño de la industria en general, especialmente en la categoría de mayor valor. Así, China y Corea del Sur retrocedieron 10,4% y 3,7% respectivamente.

En América Latina se vuelve a observar crecimientos en valor, ahora de 4,0%, liderado por Brasil y México, gracias a los desempeños de las categorías Principal, Invest y Protect.

Con respecto al impacto cambiario, en el 3Q24 el peso chileno se depreció un 9,5% frente a nuestra canasta de monedas de facturación. A nivel de las principales monedas, el peso chileno se depreció respecto del dólar estadounidense (7,6%), del euro (9,9%) y de la libra esterlina (12,8%)<sup>1</sup>.

## 1.2. Chile

En el mercado doméstico de Chile, la venta de vino creció 5,7% en valor, llegando a CLP\$31.325 millones. Se observa un alza de 10,5% en el precio promedio/mix que compensa la caída en volumen de 4,3%. El alza en valor se concentró, principalmente, en la categoría Invest (+13,9%) y en la categoría Protect (+6,3%).

A nivel de marcas destacamos los incrementos en valor de Exportación Selecto (+25,7%), Diablo (+9,7%) y Marques de Casa Concha (+16,1%).

La categoría Cervezas y Licores tuvo una caída de 8,1% en volumen y 4,8% en valor, compensado en parte por el aumento del precio promedio de 3,6%. La caída es menor a los trimestres previos, en gran parte, por el mejor desempeño de nuevos productos de la cervecería Kross y de piscos Malpaso y Diablo.

## 1.3. EE.UU.

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

En EE.UU. este trimestre hubo un descenso de 2,3% en valor hasta CLP\$25.290 millones, debido a los fuertes crecimientos de la primera parte del año, una base de comparación algo más exigente, un menor precio promedio en dólares y por una mayor competencia en el segmento alcoholes, especialmente durante el verano. En pesos chilenos, el precio promedio/mix mejora por efecto tipo de cambio.

---

<sup>1</sup> En base a los tipos de cambio efectivos para Viña Concha y Toro.

A nivel de marca, destacamos a Fetzer (+33,0%), Trivento Reserve (+47,2% en valor) y Diablo (+91,3%).

## 2. Costo de Venta

El costo de venta alcanzó CLP\$142.813 millones, 6,1% superior a la cifra del 3Q23, debido, en parte, a la caída 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 61,5%, disminuyendo 170 pb con respecto al 63,2% reflejado en el 3Q23. Si bien aún no alcanzamos nuestra ratio meta del 60%, a la fecha ya observamos menores costos debido a las eficiencias realizadas en las áreas productivas y operacionales, que se irán reflejando en los próximos trimestres.

A nivel unitario por moneda de origen en cada país, en Argentina se ve un alza en el costo por litro en dólares de 22,7%, debido a un aumento general por el contexto país y a efectos precio y mix. En EE.UU., tuvimos un incremento de 11,9% en el costo por litro en dólares debido a menores volúmenes, efecto precio y mayores gastos operacionales. En Chile, se ve un aumento en el costo por litro en pesos chilenos de 7,4%, por mayores costos secos, gastos enológicos y costo vino, por efecto precio y mix.

## 3. Margen Bruto

La compañía alcanzó un margen bruto de 38,5% (+170 pb YoY), reflejando cambios en el mix de ventas y mejoras en costos que se fueron reflejando en el último año, unido a un impacto favorable del tipo de cambio.

En este trimestre en particular vemos que los menores volúmenes en el segmento de Cervezas y Licores en Chile afectaron al margen en casi 1pp, por lo que, a medida que vaya mejorando este segmento, deberíamos acercarnos más a nuestra meta.

Es por ello que ratificamos nuestra visión de alcanzar la meta del 40% de margen hacia 2025.

## 4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución + gastos de administración) fueron CLP\$63.318 millones en el periodo, 6,3% superior a la cifra de CLP\$59.583 millones registrada en el 3Q23. El aumento de los GAV se debe principalmente a efectos de tipo de cambio, donde se observa un alza en las cuentas de remuneraciones, marketing y servicios de terceros. Sin embargo, y debido a las mayores ventas, la ratio GAV sobre ventas mejoró 70 pb en comparación con 3Q23, llegando a 27,3%.

Este monto refleja la optimización de los procesos y estructura que la compañía comenzó a ejecutar desde comienzos del 2023, además de un menor gasto por concepto de extraordinarios

que se observaban en trimestres anteriores, en especial por indemnizaciones por años de servicio y arriendos de bodegas.

## 5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos fueron de CLP\$280 millones en 3Q24, un 2,2% menor que el mismo trimestre del 2023, en el que llegó a CLP\$287 millones.

Otros gastos sumaron CLP\$696 millones este trimestre, un 34,9% superior al mismo periodo del año pasado, el cual fue de CLP\$516 millones. Esto se explica, en su mayoría, por mayores gastos por conceptos de siniestros y bajas de activos obsoletos en el trimestre.

## 6. Resultado Operacional

Las ganancias de actividades operacionales alcanzaron CLP\$25.654 millones, mejorando un 37,8% desde CLP\$18.622 millones en 3Q23. De esta manera, el margen operacional del trimestre tuvo una mejora frente a igual periodo del año previo, al pasar de 8,7% hasta 11,0% (+230 pb), gracias al incremento de las ventas, mayores eficiencias, y la estrategia comercial que la compañía ha desarrollado.

Este margen se vio afectado por factores específicos del trimestre, en particular por el menor nivel de ventas del segmento Cervezas y Licores, con un impacto de 1 pp, así como mayor mix de ventas en Reino Unido que significó un mayor excise (-0,8 pp), como también caídas en las ventas de las categorías de lujo, en especial por lo mencionado anteriormente en zona Asia (-0,7 pp).

Con todo, la aspiración de la compañía en materia de margen operacional de alcanzar entre 15% y 16% en 2025 se mantiene intacta.

## 7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización) fue de CLP\$33.216 millones en 3Q24, 25,8% por sobre la cifra del 3Q23. El margen EBITDA fue de 14,3% (+190 pb).

## 8. Resultado No Operacional

En el 3Q24 la compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$1.401 millones, que se compara con un ingreso no operacional de CLP\$1.619 millones en 3Q23.

Los ingresos financieros fueron CLP\$563 millones en 3Q24, un 51,8% inferior a la cifra de CLP\$1.168 millones registrada en 3Q23. Esto se explica, en su mayoría, porque el capital invertido en corto plazo del trimestre fue menor que el del mismo periodo del año anterior.

Los gastos financieros disminuyeron un 11,5% contra el 3Q23, alcanzando CLP\$5.756 millones, lo que viene dado por disminución de la deuda y renovaciones a menores tasas de interés de corto plazo.

Al 30 de septiembre de 2024, la deuda financiera neta (deuda financiera bruta incluyendo el efecto de derivados relacionados a la deuda financiera quitando los intereses y el efectivo y equivalente al efectivo) totalizó CLP\$371.774 millones, 7,9% bajo la cifra al 30 de septiembre de 2023, producto de un mayor flujo de caja del periodo.

El resultado en la participación de empresas asociadas y negocios conjuntos fue de una utilidad de CLP\$2.608 millones en 3Q24, que se compara con la utilidad de CLP\$6.738 millones obtenida en 3Q23, una caída de 61,3% debido, en su mayoría, a que la empresa Almaviva, de forma estratégica y para cuidar su marca, prefirió guardar parte de su cosecha para venderla en años futuros, cuando el contexto de la industria se normalice y los consumos de vinos íconos mejoren.

La utilidad por diferencia de cambio fue de CLP\$935 millones, un alza de 1.498,9% respecto al mismo periodo del 2023, que representó CLP\$58 millones.

## 9. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de CLP\$6.211 millones, 64,6% superior a la cifra de CLP\$3.773 millones en 3Q23 debido, mayormente, a que en el tercer 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, por el mayor resultado obtenido en el periodo.

## 10. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue CLP\$17.857 millones, un aumento de 6,8% respecto a los CLP\$16.722 millones reportados en 3Q23. El margen neto fue 7,7%, con una caída de 20 pb.

En base a las 739.010.000 acciones suscritas en circulación<sup>2</sup> al 30 de septiembre de 2024, la ganancia por acción de Concha y Toro totalizó en CLP\$24,2, un 6,8% superior de los CLP\$22,6 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.

---

<sup>2</sup> 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****Resultados 9M24****1. Venta consolidada**

Al 9M24, la venta consolidada tuvo un incremento de 16,9% hasta CLP\$675.718 millones. Este resultado se explica, en gran medida, por las medidas adoptadas por la compañía desde septiembre de 2022 que nos permiten ser más ágiles y tener una mejor capacidad de adaptación ante los escenarios adversos y desafiantes que aún prevalecen, y también a mejores tipos de cambio en nuestra canasta de monedas.

Los volúmenes consolidados crecieron un 2,6%, destacando el crecimiento del volumen de vino, en 4,1%, el cual es impulsado por la recuperación en EE.UU., y alzas en los Mercados de exportación.

Las ventas de las marcas en las categorías Principal e Invest mostraron un crecimiento de 18,5% en valor y un 6,5% en volumen. Con esto, el mix de ventas de Principal e Invest acumulado representó el 51,8% de las ventas totales de la compañía (+70 pb).

Para el 9M24, destacamos el aumento del precio promedio/mix en Chile vino, de 10,6%, mientras que Mercados de Exportación se mantiene casi plano en precio promedio/mix en US\$. Por el contrario, EE.UU. tuvo una contracción del precio promedio/mix de 8,3% en US\$.

**1.1. Mercados de Exportación**

Las ventas de la compañía continúan con crecimiento, pese a que persiste el escenario global desafiante para la industria del vino. Se observó un alza de 19,9% en valor, alcanzando CLP\$457.820 millones, como resultado del incremento de 5,0% en los volúmenes, sumado a un efecto de tipo de cambio favorable que impactó a todas las zonas.

En Europa, las ventas crecieron 23,6% con volúmenes aumentando un 4,4%. Este resultado se explica, principalmente, por las alzas de volúmenes en Reino Unido, Irlanda y Países Nórdicos. Destacamos nuevamente a Reino Unido, con ventas creciendo 21,9% en valor, impulsado por las marcas Casillero del Diablo, Trivento Reserve, Diablo e Isla Negra, que crecen a doble dígito.

Las ventas en Asia quedaron planas en valor, con caídas de 3,6% en volumen. Volvemos a destacar el crecimiento de Japón, con un alza de 30,3% en valor, explicado principalmente por el incremento del segmento Principal + Invest, de 84,0%. A la vez, seguimos viendo caídas en valor en China y Corea del Sur, de 17,1% y 18,3% respectivamente, debido a los aún altos niveles de inventario existentes en el mercado y consumos débiles en la zona, lo que nos ha impulsado a buscar nuevas oportunidades de crecimiento en el mercado, que se debiesen reflejar en los próximos trimestres.

En América Latina, las ventas tuvieron un alza de 20,1% en valor, donde observamos incrementos en la mayoría de las categorías, siendo las más relevantes Protect (+20,8%) y Principal (+22,8%). Destaca Brasil, México, Costa Rica y Perú, con crecimientos de doble dígito en valor, debido, mayoritariamente, a la normalización de los inventarios en la cadena de distribución y a los nuevos lanzamientos e innovaciones.

Canadá sigue con su crecimiento en ventas, de 22,9% en valor, en mayor medida por el aumento de 29,4% en los segmentos Principal + Invest, principalmente por el buen desempeño de Casillero del Diablo, Trivento y Cono Sur Orgánico.

Con respecto al impacto cambiario, al 9M24 el peso chileno se depreció un 15,4% frente a nuestra canasta de monedas de facturación. A nivel de las principales monedas, el peso chileno se depreció respecto del dólar estadounidense (13,6%), del euro (14,0%) y de la libra esterlina (17,5%)<sup>3</sup>.

## 1.2. Chile

En el mercado doméstico de Chile, la venta de vino creció 6,7% en valor, llegando a CLP\$77.590 millones, impulsada por el aumento de 10,6% en el precio promedio/mix, que contrarresta la caída de volúmenes de 3,5%. En este mercado, la categoría masiva sigue siendo relevante, y los ajustes de precio realizados durante los primeros meses del año ayudaron a rentabilizar la categoría.

La categoría Cervezas y Licores muestra una disminución en ventas de 12,6% en volumen y de un 11,8% en valor. Esta caída, liderada por cervezas premium, debido a un menor consumo y alta competencia en el país, es cada trimestre menor.

## 1.3. EE.UU.

En EE.UU., las ventas acumuladas llevan un crecimiento de 21,1% en valor, con un precio promedio/mix 8,3% menor en dólares. El volumen total tuvo un alza de 15,7%, explicado, principalmente, por la normalización parcial de los niveles de inventarios en la cadena de distribución y las estrategias realizadas por la compañía. Destacan las marcas Frontera, Trivento Reserve y Casillero del Diablo, con alzas de doble dígito alto.

## 2. Costo de Venta

El costo de venta fue de CLP\$413.100 millones, 12,7% sobre la cifra al 9M23. Esto se debe a efectos de mix y caídas de volúmenes en segmentos de Cervezas y Licores, a mayor excise en Reino Unido por crecimiento de ventas y a efectos de tipo de cambio por la devaluación del peso chileno.

La ratio costo de ventas sobre ventas alcanza un 61,1%, disminuyendo 230 pb con respecto al 63,4% reflejado al 9M23. La mejora que hemos observado en esta ratio se debe a los menores costos extraordinarios y a las eficiencias realizadas en las áreas productivas y operacionales.

---

<sup>3</sup> En base a los tipos de cambio efectivos para Viña Concha y Toro.

### 3. Margen Bruto

La ganancia bruta totalizó en CLP\$262.618 millones, un incremento de 24,3%, con un margen bruto de 38,9% (+230 pb), reflejando los positivos resultados de nuestras estrategias comerciales, las eficiencias en la gestión y la disminución de costos extraordinarios vistos en 2023.

### 4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución + gastos de administración) fueron CLP\$182.326 millones en comparación con CLP\$172.288 millones al 9M23, con un aumento de 5,8%. Este incremento se explica principalmente por efectos de tipo de cambio, donde se observan alzas en las cuentas de remuneraciones, servicios de terceros y marketing en el periodo. Como porcentaje de las ventas, los GAV fueron de 27,0%, 280 pb más bajo que al 9M23.

### 5. Otros Ingresos y Gastos

Se registró un ingreso neto de CLP\$114 millones al 9M24, que se compara con un gasto neto de CLP\$1.556 millones al 9M23. Esto se explica, en su mayoría, porque en 1H23 tuvimos mayores gastos de carácter agrícola, sumado a que en el 2Q24 tuvimos la venta de un terreno y sucursal en Concepción, y en el acumulado 2024 se vio mayores ingresos por indemnizaciones por siniestros y regularizaciones de saldos asociados a proveedores, entre otros.

### 6. Resultado Operacional

Las ganancias de actividades operacionales sumaron CLP\$80.406 millones, mejorando un 114,9% desde los CLP\$37.409 millones en 9M23. El margen operacional fue 11,9%, 540 pb sobre el margen de 6,5% obtenido en 9M23.

### 7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización) fue de CLP\$102.911 millones al 9M24, un 74,1% superior a la cifra del 9M23. El margen EBITDA fue de 15,2%, 500 pb mayor al margen al 9M23.

### 8. Resultado No Operacional

Al 9M24, la compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$10.622 millones, 77,5% superior a la pérdida de CLP\$5.983 millones al 9M23. Esto se explica, principalmente, por un menor ingreso de empresas coligadas en el tercer trimestre, en comparación con el 2023.

Los ingresos financieros fueron CLP\$2.486 millones al 9M24, 9,2% inferior a la cifra de CLP\$2.740 millones registrada al 9M23. Esto se explica, en su mayoría, debido a que el capital invertido en el corto plazo ha sido menor respecto del año anterior.

Los gastos financieros aumentaron un 9,2% contra el 9M23, lo que viene dado en gran parte 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. Además, se destaca la gestión financiera y de deuda, que logró un menor gasto en el periodo de CLP\$1.762 millones, gracias a la cobertura de la inflación para 2024, fijada en 2,82%.

La utilidad por diferencia de cambio fue de CLP\$1.534 millones, un 73,0% superior respecto al 9M23.

El resultado en la participación de empresas asociadas y negocios conjuntos fue una utilidad de CLP\$2.698 millones al 9M24, que se compara con la utilidad al 9M23 de CLP\$6.469 millones al 9M23, explicado, en su mayoría, por la estrategia anteriormente comentada de Almaviva de cuidar su marca.

## 9. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de CLP\$17.042 millones, 230,2% superior a la cifra de CLP\$5.161 millones al 9M23, reflejando principalmente el impacto de una mayor tasa de inflación en Chile en 2023 que generó un beneficio tributario en dicho año, efecto que se ha explicado anteriormente, y, además, por el mayor resultado obtenido en el periodo.

## 10. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de CLP\$52.348 millones, un 99,7% superior a los CLP\$26.214 millones reportados en 9M23. El margen neto fue de 7,7% (+320 pb).

En base a las 739.010.000 acciones suscritas en circulación<sup>4</sup>, la ganancia por acción de la compañía totalizó en CLP\$70,8, un 99,7% sobre los CLP\$35,5 por acción registrados en el mismo periodo del año anterior, con la misma cantidad de acciones suscritas, explicado por un crecimiento de la utilidad neta.

---

<sup>4</sup> Acciones suscritas en circulación corresponden al total de acciones de la compañía, sin contar aquellas que fueron adquiridas de acuerdo al programa de recompra de acciones.



## CAP. 05

## Estado de Resultados

(miles de CLP\$)	3Q24	3Q23	Var (%)	9M24	9M23	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	232.200.142	213.011.601	9,0%	675.717.587	577.831.939	16,9%
Costo de ventas	(142.813.379)	(134.577.314)	6,1%	(413.099.865)	(366.579.466)	12,7%
Ganancia bruta	89.386.763	78.434.287	14,0%	262.617.722	211.252.473	24,3%
Margen bruto	38,5%	36,8%	170 pb	38,9%	36,6%	230 pb
Otros ingresos	280.305	286.593	(2,2%)	2.371.120	1.014.671	133,7%
Costos de distribución	(50.554.936)	(45.173.327)	11,9%	(144.253.137)	(134.799.435)	7,0%
Gastos de administración	(12.762.629)	(14.409.716)	(11,4%)	(38.072.613)	(37.488.346)	1,6%
Otros gastos, por función	(695.734)	(515.610)	34,9%	(2.256.810)	(2.570.840)	(12,2%)
Ganancias de actividades operacionales	25.653.769	18.622.227	37,8%	80.406.282	37.408.523	114,9%
Margen operacional	11,0%	8,7%	230 pb	11,9%	6,5%	540 pb
Ingresos financieros	562.596	1.167.591	(51,8%)	2.486.496	2.739.578	(9,2%)
Gastos financieros	(5.755.930)	(6.505.493)	(11,5%)	(17.654.360)	(16.160.051)	9,2%
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	2.607.683	6.738.118	(61,3%)	2.697.686	6.468.924	(58,3%)
Diferencias de cambio	934.752	58.462	1498,9%	1.534.249	886.818	73,0%
Resultados por unidades de reajuste	249.680	160.039	56,0%	313.981	81.708	284,3%
Resultado no operacional	(1.401.219)	1.618.717	(186,6%)	(10.621.948)	(5.983.023)	77,5%
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	24.252.550	20.240.944	19,8%	69.784.334	31.425.500	122,1%
Gasto por impuestos a las ganancias	(6.210.768)	(3.772.807)	64,6%	(17.041.972)	(5.160.667)	230,2%
Ganancia (pérdida)	18.041.782	16.468.137	9,6%	52.742.362	26.264.833	100,8%
(Ganancia) pérdida, atribuible a participaciones no controladoras	184.563	(253.402)	(172,8%)	394.140	51.070	671,8%
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	17.857.219	16.721.539	6,8%	52.348.222	26.213.763	99,7%
Margen neto	7,7%	7,9%	(20 pb)	7,7%	4,5%	320 pb
Ganancia (pérdida) por acción *	24,2	22,6	6,8%	70,8	35,5	99,7%
Gastos por depreciación	6.875.624	7.004.795	(1,8%)	20.205.037	19.727.041	2,4%
Gastos por amortización	686.355	785.775	(12,7%)	2.299.334	1.980.849	16,1%
EBITDA **	33.215.748	26.412.798	25,8%	102.910.654	59.116.417	74,1%
Margen EBITDA**	14,3%	12,4%	190 pb	15,2%	10,2%	500 pb

\* Número de acciones suscritas en 3Q23 y 3Q24 es de 739.010.000.

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

## CAP. 06

Estado de Situación Financiera<sup>5</sup>

(Miles de CLP\$)	Sep. 30, 2024	Dic. 31, 2023	Var (%)
<b>Activos</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	27.971.558	34.185.194	(18,2%)
Inventarios corrientes	459.063.153	425.230.734	8,0%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	239.494.687	275.103.598	(12,9%)
Activos biológicos corrientes	23.158.263	32.529.394	(28,8%)
Otros activos corrientes	69.307.023	54.734.986	26,6%
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>818.994.684</b>	<b>821.783.906</b>	<b>(0,3%)</b>
Propiedades, planta y equipo	512.167.159	506.358.397	1,1%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	38.528.589	35.564.612	8,3%
Otros activos no corrientes	302.551.733	272.830.237	10,9%
<b>Total de activos no corrientes</b>	<b>853.247.481</b>	<b>814.753.246</b>	<b>4,7%</b>
<b>Total de activos</b>	<b>1.672.242.165</b>	<b>1.636.537.152</b>	<b>2,2%</b>
<b>Pasivos</b>			
Otros pasivos financieros corrientes	221.954.053	207.046.662	7,2%
Otros pasivos corrientes	262.110.204	249.338.599	5,1%
<b>Pasivos corrientes totales</b>	<b>484.064.257</b>	<b>456.385.261</b>	<b>6,1%</b>
Otros pasivos financieros no corrientes	268.597.591	300.659.510	(10,7%)
Otros pasivos no corrientes	95.801.899	97.408.504	(1,6%)
<b>Total de pasivos no corrientes</b>	<b>364.399.490</b>	<b>398.068.014</b>	<b>(8,5%)</b>
<b>Total de pasivos</b>	<b>848.463.747</b>	<b>854.453.275</b>	<b>(0,7%)</b>
<b>Patrimonio</b>			
Capital emitido	74.323.705	74.618.232	(0,4%)
Ganancias (pérdidas) acumuladas	733.451.125	696.336.230	5,3%
Acciones propias	(292.825)	(587.352)	(50,1%)
Otras reservas	10.382.678	3.889.439	166,9%
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>817.864.683</b>	<b>774.256.549</b>	<b>5,6%</b>
Participaciones no controladoras	5.913.735	7.827.328	(24,4%)
<b>Patrimonio total</b>	<b>823.778.418</b>	<b>782.083.877</b>	<b>5,3%</b>
<b>Total de patrimonio y pasivos</b>	<b>1.672.242.165</b>	<b>1.636.537.152</b>	<b>2,2%</b>

<sup>5</sup> Para facilitar su análisis, algunas cuentas contables han sido agrupadas.

## Estado de situación financiera al 30 de septiembre de 2024

### 1. Activos

Al 30 de septiembre de 2024, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron en CLP\$1.672.242 millones, un 2,2% superior a la cifra reportada al 31 de diciembre del 2023.

### 2. Pasivos

Al 30 de septiembre de 2024, la deuda financiera neta totalizó CLP\$371.774 millones, 4,5% por debajo de la cifra al 31 de diciembre de 2023. La ratio DFN/EBITDA fue 2,7x.

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 20, Estados Financieros.