

PAULINA ORTEGA

Las tres grandes empresas vitivinícolas que reportan resultados en la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) ya hicieron entrega de sus estados financieros correspondientes al segundo trimestre del año. En el marco de una disminución del consumo de vino que ha tenido un efecto mundial, Concha y Toro, Santa Rita y San Pedro Tarapacá evidenciaron una caída en el volumen de venta, aunque con mejores precios en el mercado chileno.

Los expertos han advertido de esta tendencia a nivel mundial, con una disminución de volumen, principalmente en las categorías de menores precios. Y, por el contrario, los vinos de más altos valores han ido creciendo. "La gente está tendiendo a comprar precios más elevados y de mejor calidad", explicó anteriormente la fundadora de Wine Intelligence, Lullie Halstead.

Siguiendo esta tendencia, la Viña Concha y Toro, ligada a la familia Guilistasi, informó a finales de julio que en el mercado en Chile las ventas de vino lograron avanzar un 7,4% en valor hasta los \$46.265 millones (US\$49 millones) por un aumento en el precio promedio de 10,8%, contrarrestando así una contracción de volumen en un 3%.

"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. Además, cabe recordar que la primera mitad del 2023 estuvo marcada por caídas en el consumo", explican en los documentos entregados a la CMF.

Por su parte, San Pedro Tarapacá de CCU, controlado por el Grupo Luksic, en el segundo trimestre en su mercado doméstico disminuyó el volumen de venta en un 5,4%, pero con un incremento de precios en un 7,2% por alzas en los valores que ha ejecutado la empresa en el último año con el fin de mitigar los efectos de la inflación y otros factores tanto en el mercado doméstico como en Argentina.

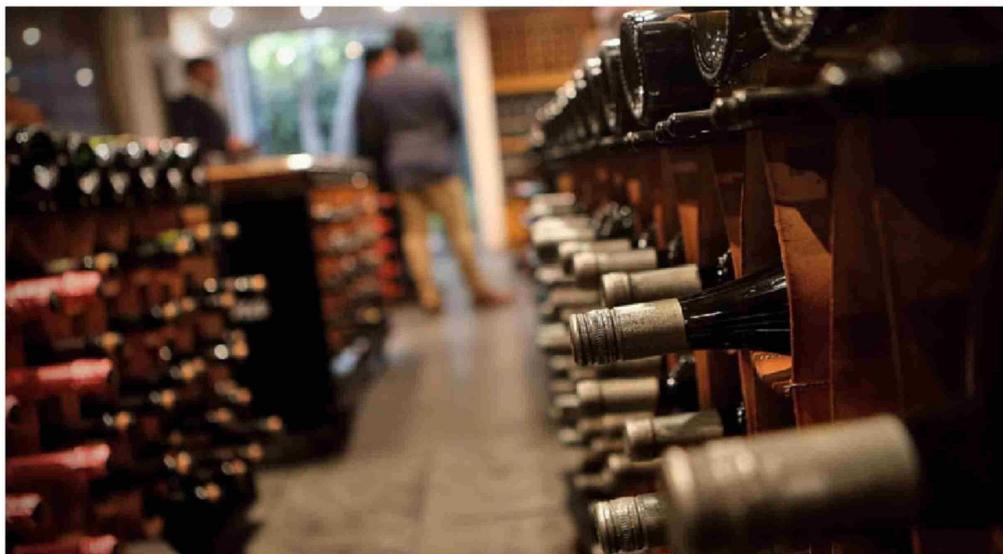
En el primer trimestre los precios promedios de la Viña San Pedro se expandieron un 3,9% en territorio nacional, sin embargo, el volumen no se contrajo como durante la segunda parte del semestre. Tuvo un aumento marginal de 0,1%, manteniéndose relativamente estable.

En Santa Rita, de Cristalerías de Chile, el volumen de ventas de Chile en el primer semestre disminuyó en un 19,4%, aunque con un aumento del precio promedio de un 7,5%. Esto último no logró compensar o nivelar el escenario, puesto que la facturación del mercado nacional cayó un 13,4% hasta los \$25.130 millones (US\$27 millones).

En detalle, uno de los segmentos que empujó la tendencia fueron las ventas de producto terminado en el mercado chileno, que totalizaron 19,7 millones de litros bajando un 19,4%, pero con un alza en el precio

Las grandes viñas reportan menos volúmenes de venta, pero mayores precios promedio en Chile

Al cierre del primer semestre Concha y Toro, San Pedro Tarapacá y Santa Rita lograron aumentar sus ingresos, pero no todas mejoraron sus ganancias. Sólo las dos primeras registraron alzas en sus utilidades, no así Santa Rita, que experimentó una caída tanto en el primer como en el segundo trimestre.



de venta que fue un 7,5% mayor al término del semestre en comparación al mismo periodo del 2023.

RESULTADOS FINANCIEROS

Ante este escenario, dos de las tres compañías lograron cerrar la primera mitad del año con mejores ganancias que en el mismo periodo del año anterior: Concha y Toro y San Pedro. Pese a esto, todas vieron un incremento de sus ingresos, al menos en la segunda parte del semestre.

La primera de estas, finalizó junio con ganancias acumuladas de \$34.491 millones (US\$37 millones), subiendo con fuerza versus sus utilidades del primer semestre del 2023. En concreto subió un 263% versus los \$9.492 millones (US\$10 millones) del periodo anterior.

A su vez la viña tuvo un aumento en sus ingresos que estuvo influenciado por las marcas premium y superiores, las cuales ex-

plicaron el 52,8% de los ingresos de la compañía, "dando cuenta del avance de la estrategia de premiumización iniciada en 2017, cuando estos productos explicaban entorno al 36,0% de las ventas", en línea con un aumento en el valor total de ventas, y la disminución del volumen.

En concreto, Concha y Toro subió sus ingresos en un 22% hasta los \$443.517 millones (US\$470 millones) en el primer trimestre, y un 18% sólo entre abril y junio.

San Pedro, por su parte, obtuvo ganancias en el primer semestre de \$6.990 millones (US\$7 millones), más que doblando las utilidades del mismo periodo del año pasado, subiendo un 113% versus los \$3.285 millones (US\$3,5 millones) que registró en ese entonces.

Esta viña también tuvo un aumento de ingresos donde el aumento de precios figura como un factor clave, además del aumento del tipo de cambio. En la primera mitad del

año llegó a los \$130.889 millones (US\$139 millones), aumentando 12% versus el mismo periodo del año pasado, cuando recaudó \$117.016 millones (US\$124 millones). Sólo en el segundo trimestre subió un 12% hasta los \$72.124 millones (US\$76 millones).

Santa Rita no siguió la misma tendencia. La compañía y sus filiales disminuyeron sus ganancias considerablemente en el primer semestre. Experimentó una baja en sus utilidades de casi un 91%, pasando de \$1.689 millones a los \$156 millones apenas. En el primer trimestre tuvo pérdidas de \$1.945 millones, superiores a las de igual periodo del 2023, explicado en su totalidad por la pérdida de la asociada Viña Los Vascos en la primera parte del semestre.

La viña tuvo una mejora de sus ingresos cercana a un 3%, totalizando \$77.131 millones (US\$82 millones), pero una caída trimestral de un 7,5% llegando a los \$45.539 millones (US\$48 millones). ●