6ª Cumbre Anual de Inversionistas

Presentación Viña Concha y Toro

Eduardo Guilisasti Gana

3 de mayo, 2011

Resultado 2010

(Millones de pesos)

	2009	2010	Variación
Ingresos	354.419	374.019	5,5%
Volumen (millones cajas)	28,1	29,2	3,9%
Resultado Operacional	46.599	46.023	-1,2%
Utilidad	45.278	41.919	-7,4%

Las cifras anteriores hemos de analizarlas en el contexto de los grandes sucesos del 2010.

I. Terremoto 27 febrero 2010

Impacto para la compañía

- Paralización operaciones
- Pérdida de vino a granel y productos terminados:
  - 22,8 millones de litros
  - equivalente a un 10% del stock de
  - vino a esa fecha.
- Daño en la capacidad productiva, bodegas y estanques.

Consecuencias para la industria vitivinícola

- Pérdida de vinos:
  - estimada en 125 millones de litros o
  - un 12,5% de la cosecha 2009
  - aprox. US$ 250 millones.

- Impacto en el sistema de riego antes de la cosecha

Consecuencias para la industria vitivinícola

Cosecha 2010 menor a la 2009

	2009	2010	Variación
Total Vinos (millones de litros)	1.009	884	-12,4%
Vinos D.O. (millones de litros)	867	733	-15,4%

II. Escenario de precios de uva

Incremento precio uvas

VARIACIÓN	
	Costo uva terceros
Genérico	42,8%
Blend	41,1%
Varietal	24,5%
Premium	22,6%
TOTAL GENERAL	29,2%

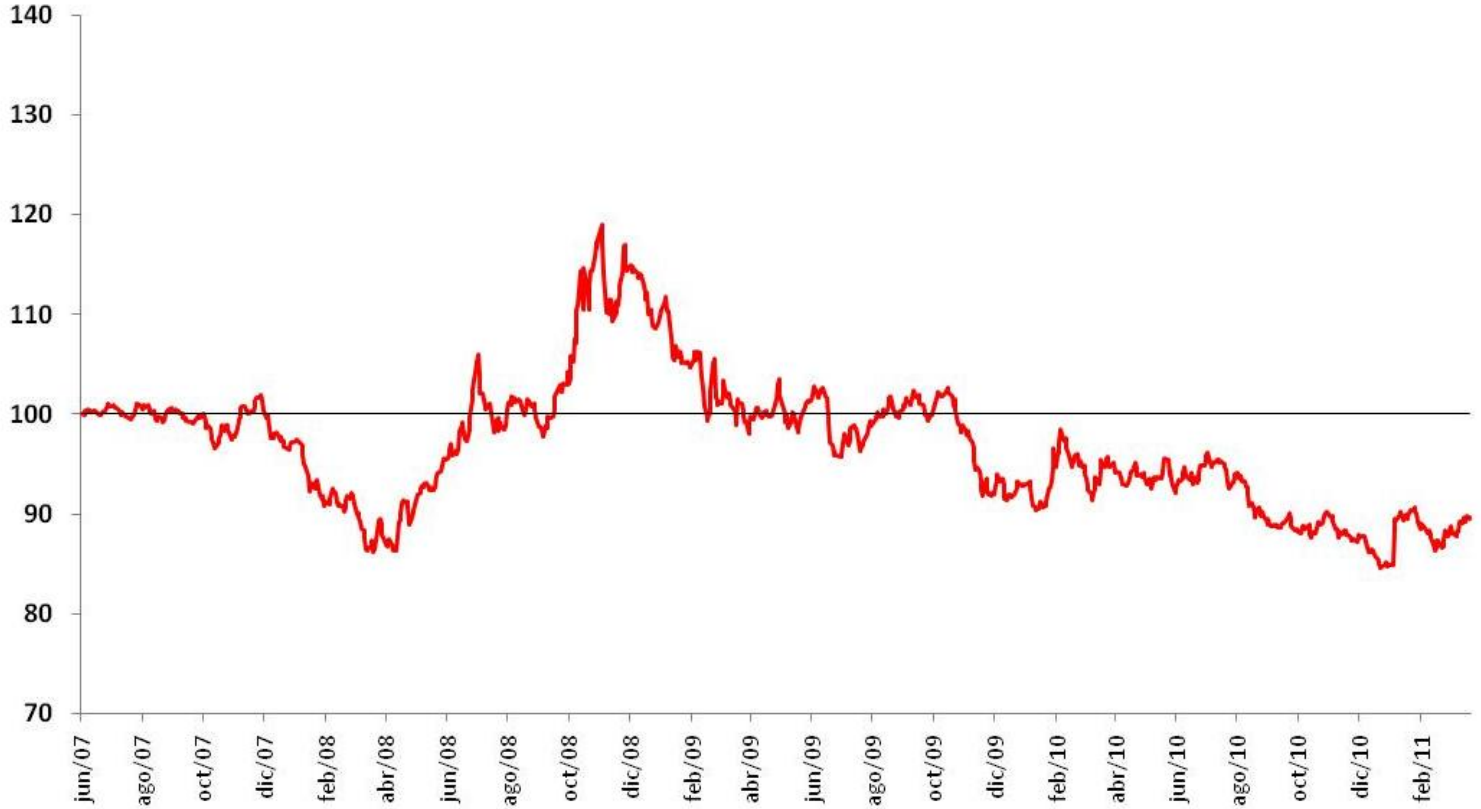
III. Efecto tipo de cambio

Variación principales monedas

Tipo de Cambio	Prom 2009	Prom 2010	Variación%
CLP/USD	559,68	510,37	-8,8%
CLP/GBP	872,91	788,02	-9,7%
CLP/EUR	777,58	676,56	-13,0%
CLP/SEK	73,31	70,85	-3,4%
CLP/NOK	89,03	84,51	-5,1%
CLP/ARG	150,65	130,61	-13,3%
CLP/BLR	281,36	289,81	3,0%

III. Efecto tipo de cambio

Índice Tipo de Cambio relevante para Concha y Toro



89,6
3/22/2011

En este difícil escenario Concha y Toro logra un crecimiento importante:

	2009	2010	Variación
1. Facturación Exportación (US$ miles)	454.973	510.967	+12,3%
2. Facturación M. Nacional ($ millones)	68.548	79.482	+16,0%
3. Facturación Argentina (US$ miles)	44.418	50.052	+12,7%

1. Facturación de Exportación

a) Exportaciones desde Chile a terceros

	2009	2010	Variación
Ventas (US$ miles)	261.929	283.095	8,1%
Volumen (miles de cajas)	11.125	11.799	6,1%

b) Venta de filiales en el exterior

	2009	2010	Variación
Ventas (US$ miles)	193.044	227.872	18,0%
Volumen (miles de cajas)	6.450	7.193	11,5%

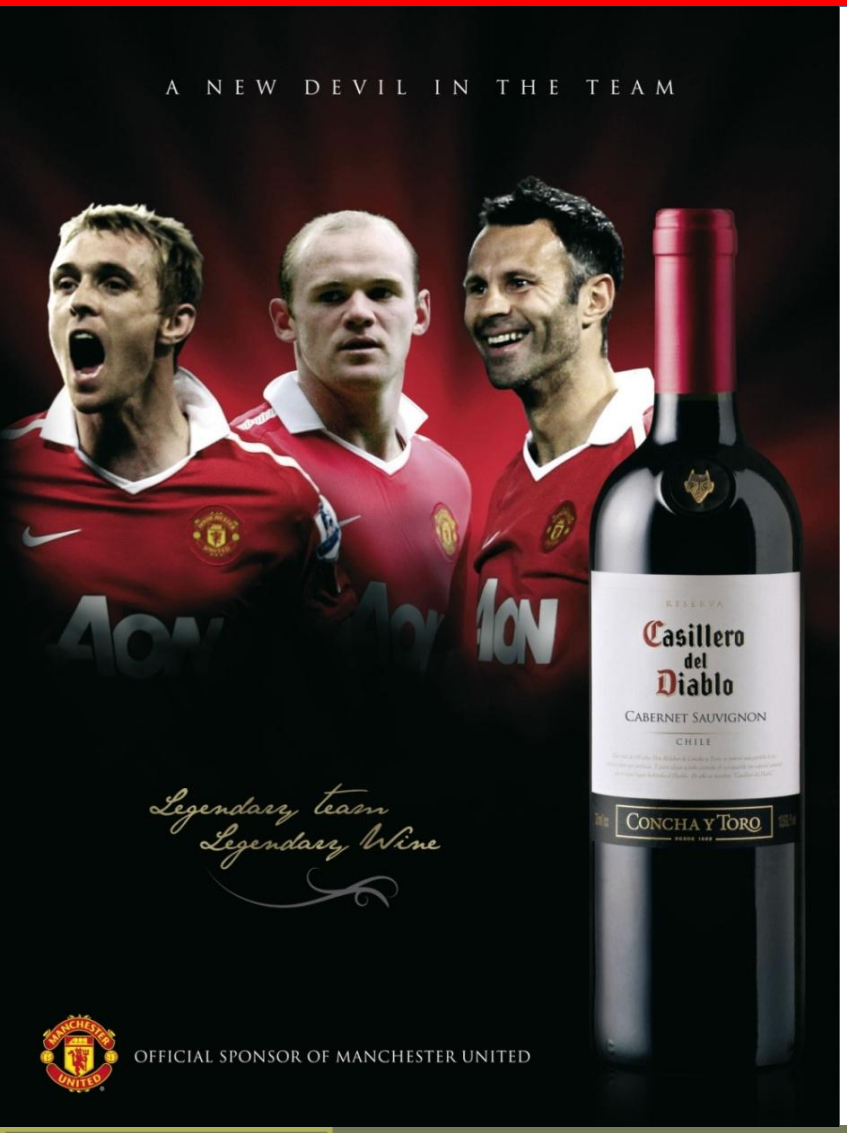
2. Venta Mercado Nacional

	2009	2010	Variación
Vinos:			
Venta ($ millones)	53.705	59.100	10,0%
Volumen (miles litros)	74.235	70.435	-5,1%
Precio promedio	723	839	16,0%
Otros negocios:			
Venta ($ millones)	14.843	20.382	37,3%

3. Venta de Argentina

	2009	2010	Variación
Exportaciones:			
Ventas (miles US$)	28.432	32.976	16,0%
Volumen (miles cajas)	1.360	1.522	11,9%
Mercado Doméstico:			
Ventas (miles US$)	15.986	17.076	6,8%
Volumen (miles cajas)	924	863	-6,6%

Asociación Casillero del Diablo y Manchester United



Casillero del Diablo

Ventas: 3.000.000 cajas

Variación: +15%

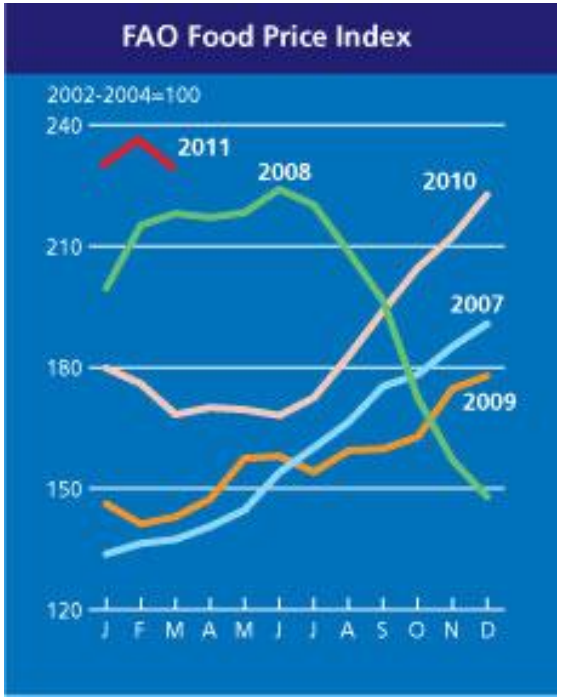
Nuevo Escenario Vitivinícola Mundial

I. El costo del vino en la nueva realidad de precios mundial

1. Fuertes presiones inflacionarias en todos los países.

2. Índice de Precio de FAO, en su nivel más alto.

   Nivel febrero: 236, el mayor (en términos nominales y reales), desde el inicio del índice (1990). En marzo índice en nivel 230.



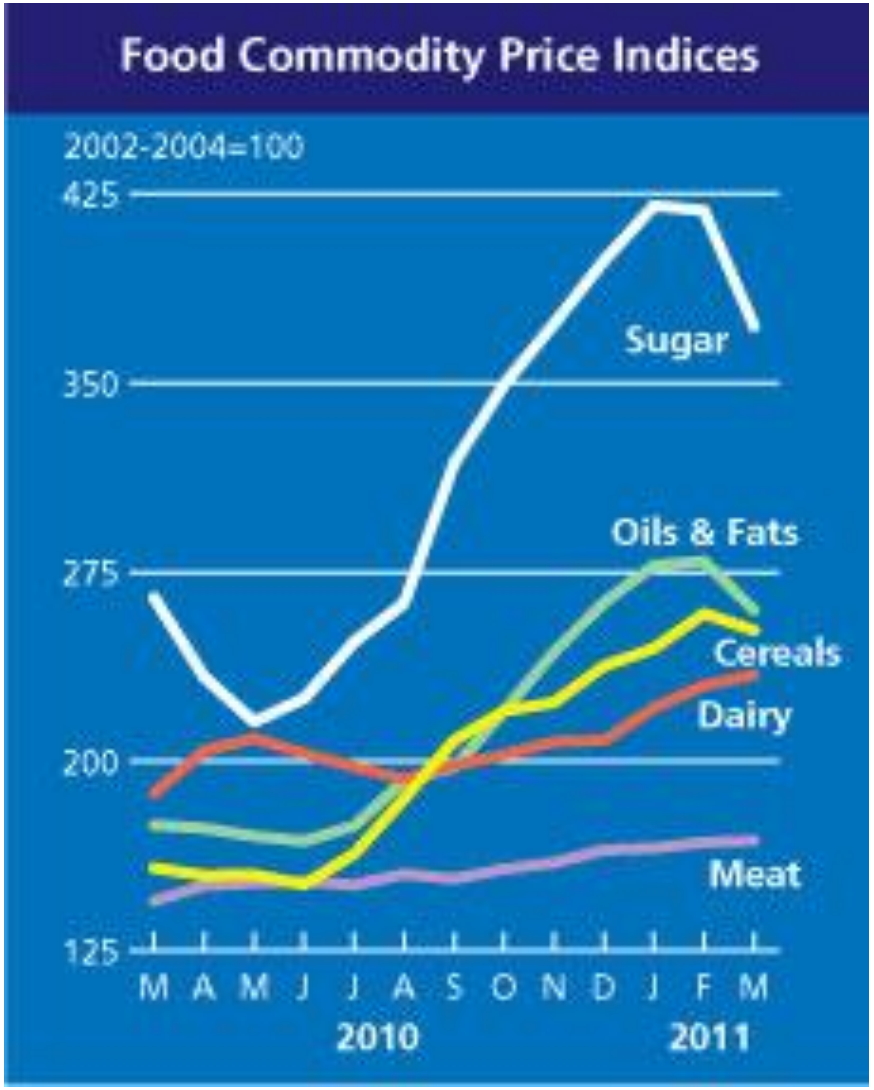
I. El costo del vino en la nueva realidad de precios mundial

The Economist commodity – price index.

Dollar Index	Abril / 12	Abril / 18	Variación Anual
Food	227,3	228,1	+43,2%

I. El costo del vino en la nueva realidad de precios mundial

3. Tendencia al alza en los precios de todos los commodities.



I. El costo del vino en la nueva realidad de precios mundial

4. Debilidad del dólar, como moneda referencial para estos precios.

5. Menor disponibilidad de tierra y agua para incrementar producciones.

6. Mayor costos de fertilizantes.

7. Encarecimiento de mano de obra.

8. Nuevos costos del vino en línea con esta nueva tendencia de mayores costos en productos agrícolas.

II. Cosechas inferiores al promedio histórico

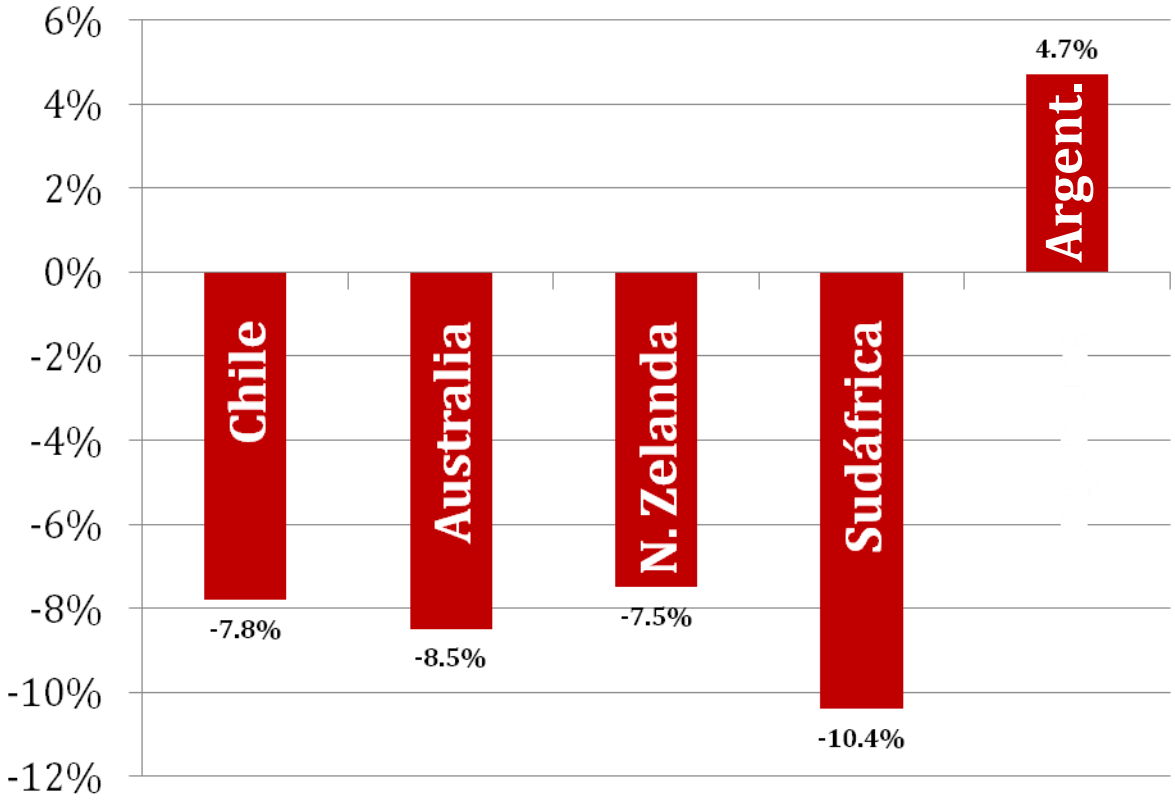
Cosechas productores del Nuevo Mundo

	2008	Var.	2009	Var.	2010	Var.
California (tons US)	3.014.769	-7,2%	3.703.031	22,8%	3.588.578	-3,1%
Argentina (tons)	2.711.174	-8,7%	2.089.586	-22,9%	2.616.598	25,2%
Australia (tons)	1.827.647	30,8%	1.732.506	-5,2%	1.532.902	-11,5%
Sudáfrica (tons)	1.425.613	5,5%	1.337.021	-6,2%	1.260.591	-5,7%
Chile (tons)	1.189.448	4,9%	1.382.592	16,2%	1.211.525	-12,4%
N. Zelanda (tons)	285.000	39,0%	285.000	0,0%	266.000	-6,7%

Nota: Conversión de litros a toneladas en el caso de Chile con factor 0,73.

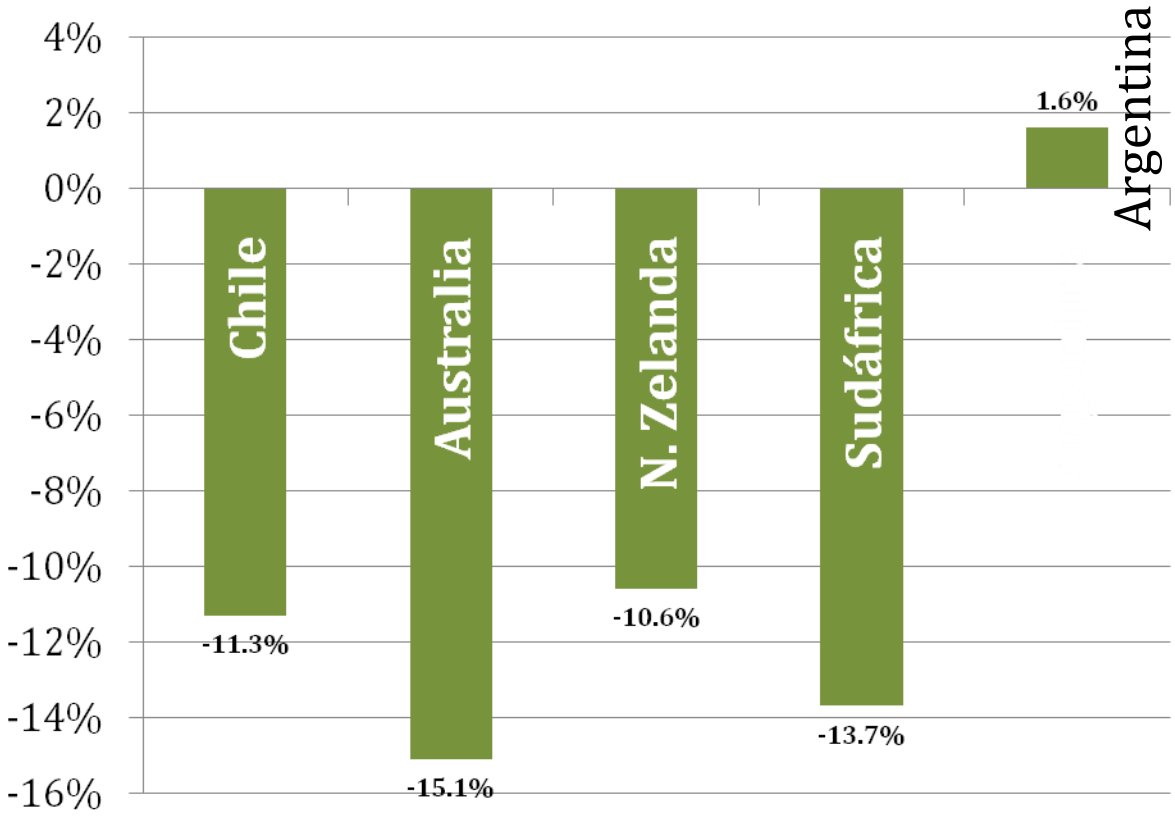
III. Apreciación del tipo de cambio en países productores del Nuevo Mundo

Variación tipos de cambio respecto del dólar (30/12/2009-31/12/2010):



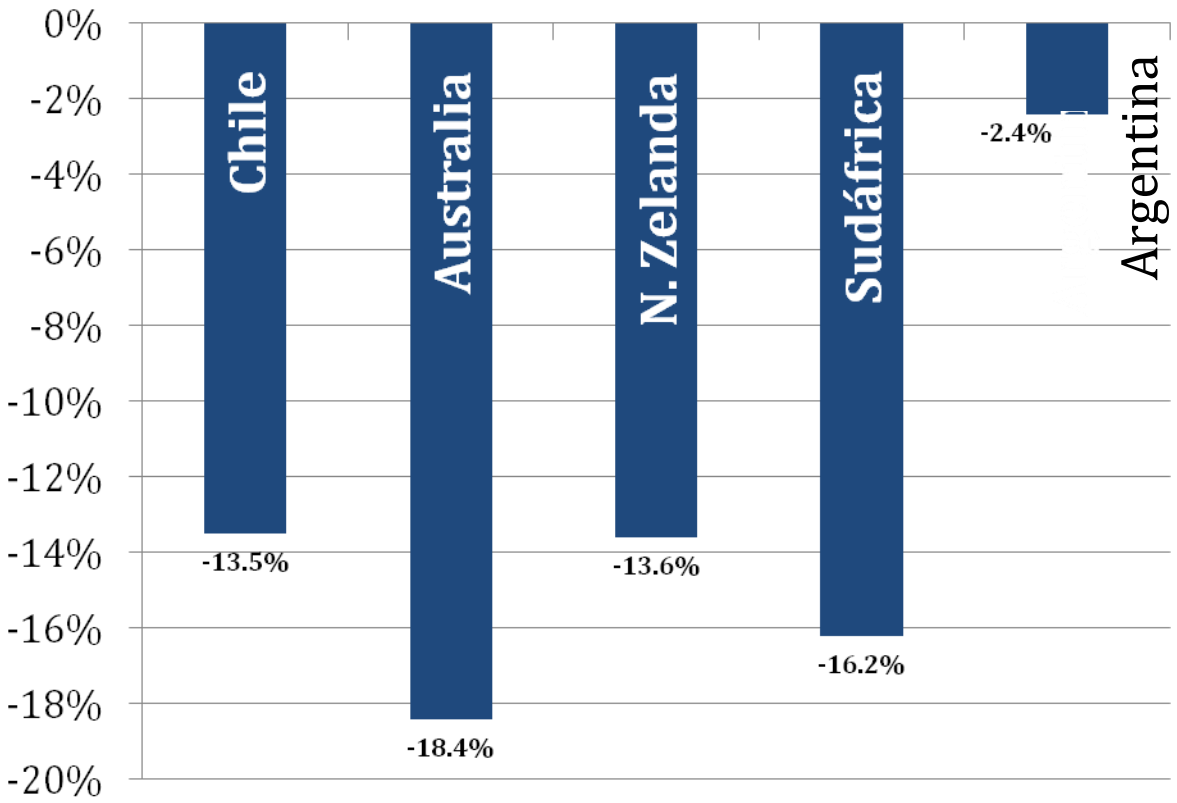
III. Apreciación del tipo de cambio en países productores del Nuevo Mundo

Variación tipos de cambio respecto a la libra (30/12/2009-31/12/2010):



III. Apreciación del tipo de cambio en países productores del Nuevo Mundo

Variación tipos de cambio respecto al Euro (30/12/2009-31/12/2010):



IV. Reestructuración del portfolio de vinos en grandes empresas

a) Grandes empresas vitivinícolas reestructurándose

Constellation: Re-estudiando su modelo de negocios. Un cambio en su estrategia.

- Adquisiciones anteriores.

  Adquisición Hardy : 2003 U$1.850 14,7x
  Adquisición Vincor : 2006 U$1.265 13,5x

- Venta de activos con poca rentabilidad.

  Venta de operación de vino Australia, UK y Sudáfrica al fondo de inversión CHAMP Private Equity: 2010 U$290 – 6,0 x

Foster's Group: Re-estructurando su modelo de negocios, en cervezas y vinos. Recomendación "Demerge".

- Adquisición de SouthCorp: 2005 U$2.757 14,8x
- El 29 de abril se votó la separación de las empresas de cerveza y vino, creándose una empresa independiente de vinos Treasury Wine Estates.

IV. Reestructuración del portfolio de vinos en grandes empresas

b) Empresas de licores

Las empresas de licor, volviendo a poner el foco en su core-business y des-invirtiendo en el negocio del vino.

Diageo:	2005 - Adquiere Chalone Wine Group	U$235	17,6x
	2010 - Cierra Chateaux States en USA		

Pernord Ricard: Venta de empresas, de segundo nivel, para concentrarse en cuatro grandes.

Brown Forman: Venta de Fetzer Vineyards.

V. Tendencias de largo plazo permanecen sólidas, en términos del consumo

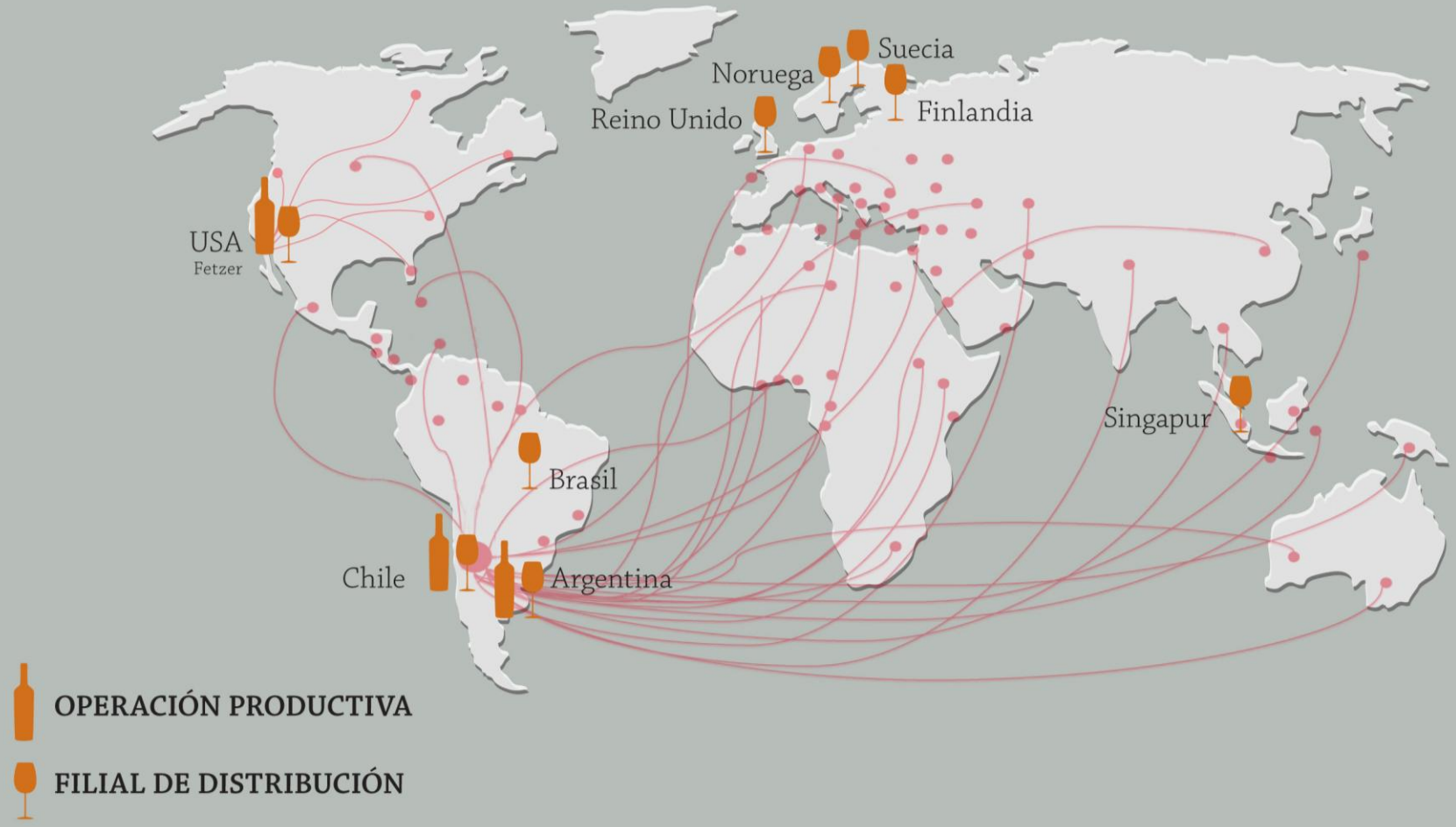
- Creciente número de consumidores.
- Creciente consumo del vino con comidas.

- Creciente cobertura geográfica.
- Tendencia a consumir productos de menor graduación alcohólica.

- Creciente percepción de los beneficios de consumir vino en forma moderada.
- Creciente interés por consumir menos pero mejor: envejecimiento demográfico y mayores ingresos.

Concha y Toro en el Nuevo Escenario Vitivinícola Mundial

Concha y Toro una empresa global



Chile – Exportaciones

1. Marcas bien establecidas, con gran distribución mundial y potencial de crecimiento en sus respectivas categorías
   - Casillero del Diablo.
   - Frontera
   - Cono Sur

2. Una orientación a crecer más en valor que en volumen.
   - Alza de precios en todos los segmentos.
   - Privilegiar la venta de productos de mayor valor: mejorar el mix.

	1Trim. 2011/10
Variación precio promedio	+ 8,2%

Chile – Exportaciones

3. Buscar oportunidades de mayor integración en la cadena comercial.
   - Apertura de una oficina en Singapur.

4. Nuevas estructuras de Filiales:
   - Viña Maipo + Viña Palo Alto: Sinergias en el portfolio.

VIÑA MAIPO

PALO ALTO
RESERVA
CHILE

   - Viña Canepa + La Chamiza + Maycas del Limarí: Orientadas a productos de valor premium y superiores.

VITAM EXSOLVERE PER ARTES
CANEPA

• FINCA •
LA CHAMIZA
WINE OF ARGENTINA

maycas
DEL Limarí

Chile – Mercado Nacional

1. Alzas de precios en línea con mayores costos (vinos).
   Incremento precio promedio 2010: **+16%**

2. Fuerte focalización en vinos premium y superiores.
   Crecimiento categoría premium 2010: **+18%**

3. Mayor participación del área de licores.
   2009 : 17% de la facturación
   2010 : **21%** de la facturación (m nacional).

4. Ingreso al mercado de la Cerveza:
   Creciente participación del segmento premium:
   2000: 6% del volumen total
   2010: **16%** del volumen total
   23% del valor total

Chile – Mercado Nacional –Cervezas

1. **Cervezas Kross**: Marca Nacional
   Adquisición de 40% de la propiedad.

	2010/09	1T2011/10
Tasa Crecimiento	+123,8%	+75,7%

2. **Cervezas Miller y Cusqueña** : Marcas Importadas

	2010/09	1T2011/10
Tasa Crecimiento	+79,6%	+44,0%

3. Participación estimada en el segmento premium

1T2011
3,1%

Argentina

En un escenario de alta inflación, tipo de cambio plano y mayores costos de uva: reposicionar la marca Trivento en precio promedio.

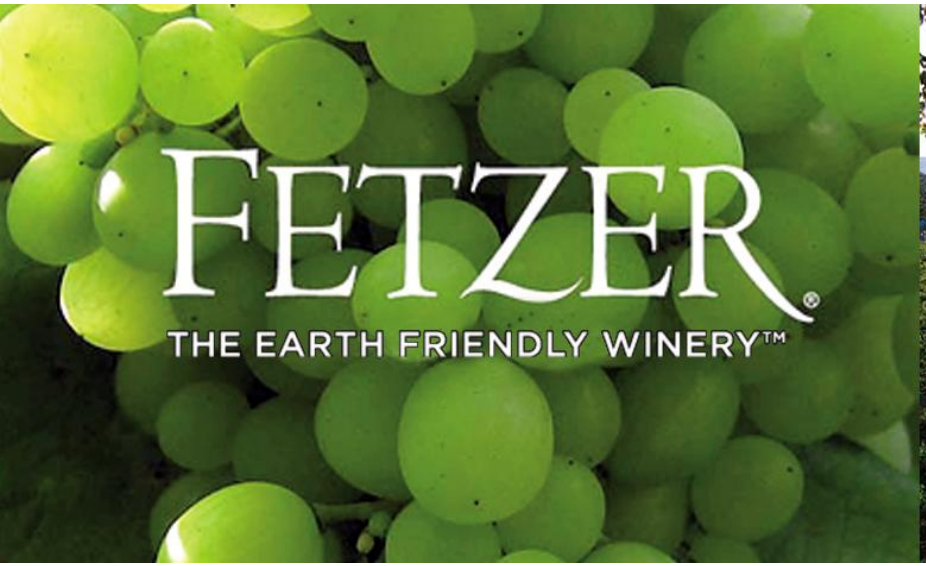
- Precios promedios de exportación

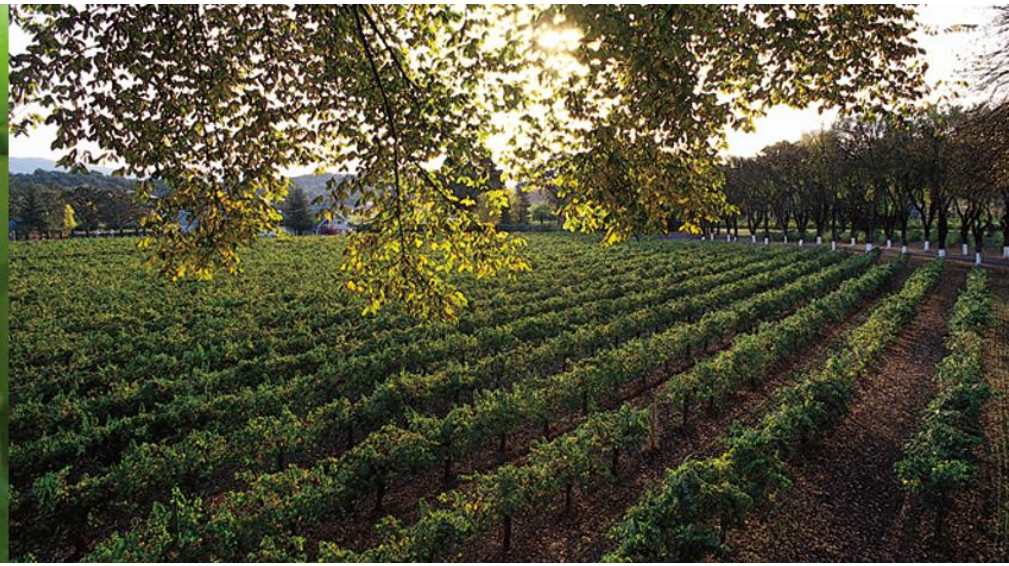
1T2010	US$ 19,6
1T2011	US$ 24,3
Variación	**+24%**

Estados Unidos

Adquisición de Fetzer Vineyards

- Transacción de US$ 234 millones.
- Vanguardia en prácticas de sustentabilidad y medio ambiente.
- Localizada en la principal región vitivinícola del Nuevo Mundo.
- Prácticas agrícolas, enológicas y productivas de excelencia.





Dos grandes marcas: Fetzer

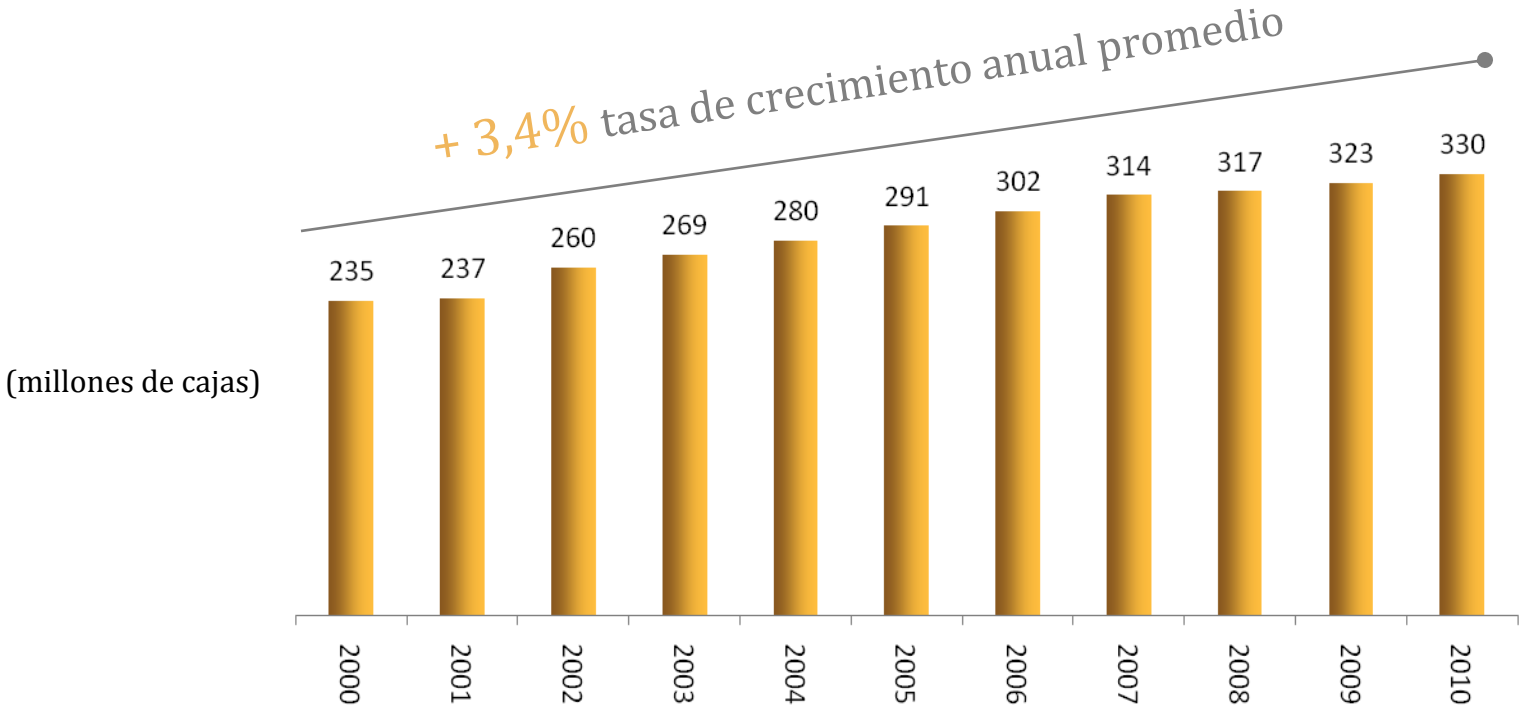
- Entre las Top 10 en ventas con 2 millones de cajas.
- Posicionamiento basado en el concepto de sustentabilidad: “Earth-Friendly Wine”.
- Pionera en el desarrollo de prácticas sustentables por más de 20 años.
- Atractivo posicionamiento en precio.
- Principales variedades son Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Merlot y Gewurztraminer.
- Líder en ventas de Gewürztraminer en la industria (#1).

Dos grandes marcas: Bonterra

- #1 en ventas en la categoría orgánica, con 300.000 cajas.
- Supera en más de tres veces a su más cercano competidor en esta categoría.
- Crecimiento de 13% anual promedio entre 2006 y 2010.
- Positiva tendencia de consumo orgánico.
- Pionera en el cultivo de viñedos orgánicos desde 1987.

I. EEUU – Mercado Interno

El principal mercado consumidor de vinos al año 2012.
(fuente: IWSR – Vinexpo report)



1. Estructura del mercado

Apertura del consumo de vino en EEUU por origen

	cajas	participación
• California	200.000.000	61%
• Otros estados	25.000.000	7%
• Vinos importados	105.000.000	32%
Total	330.000.000	

2. Fetzer entre las 10 mayores compañías de Estados Unidos

PRINCIPALES VIÑAS DE CALIFORNIA - 2010		
	Cajas (000)	**Variación**
Gallo	67.196	6%
The Wine Group	48.659	-13%
Constellation Wines US	36.687	3%
Trinchero Family Estates	15.349	16%
Bronco Wine Company	12.830	-9%
Treasury Wine Estates	11.779	1%
D.F.V. Wines	6.394	13%
ASV Wines	3.041	26%
Fetzer	2.989	-6%
Kendall-Jackson	2.956	8%

Fuente: The Gomberg Fredrikson Report.

3. Mercado muy orientado a “variedades”

Mercado muy orientado a las “variedades” (valor).

Chardonnay	20,1%
Cabernet Sauvignon	13,5%
Merlot	9,1%
Pinot Grigio	6,8%
Pinot Noir	5,2%

4. Comercialización : Three-Tier System

- Sistema de comercialización “three-tier system”: Ventaja para el productor local. Llega directamente al Distribuidor Regional.

Beneficio de saltarse un nivel

5. Potencialidad en la distribución

Balance en la cobertura de la distribución

- FETZER : Fortaleza en mercados costa oeste
- CONCHA y TORO : Fortaleza en mercados costa este.

II. EEUU – Mercado Externo

1) Relativa baja orientación exportadora

- Exportaciones totales embotellado USA: 18.749.600 cajas
- Exportaciones totales embotellado
  Concha y Toro Chile: 18.761.000 cajas

II. Mercado Externo

2) Raking principales exportadores de EEUU

PRINCIPALES EXPORTADORAS DE USA - 2010		
	Cajas (000)	**Variación**
Gallo	11.039	4%
Constellation Wines	1.838	-3%
The Wine Group	1.304	1%
Treasury Wine Estates	795	15%
Trinchero Family Estates	694	16%
Fetzer	570	-5%
Bronco Wine Company	313	-17%
DFV Wines	217	10%
Total	18.750	3%

Fuente: The Gomberg Fredrikson Report.

II. Mercado Externo

3) Oportunidad de construir la primera marca global del mercado americano: **FETZER.**

- Con una red de distribución en 135 países.

Inversiones año 2011

Año histórico de inversiones de la empresa.

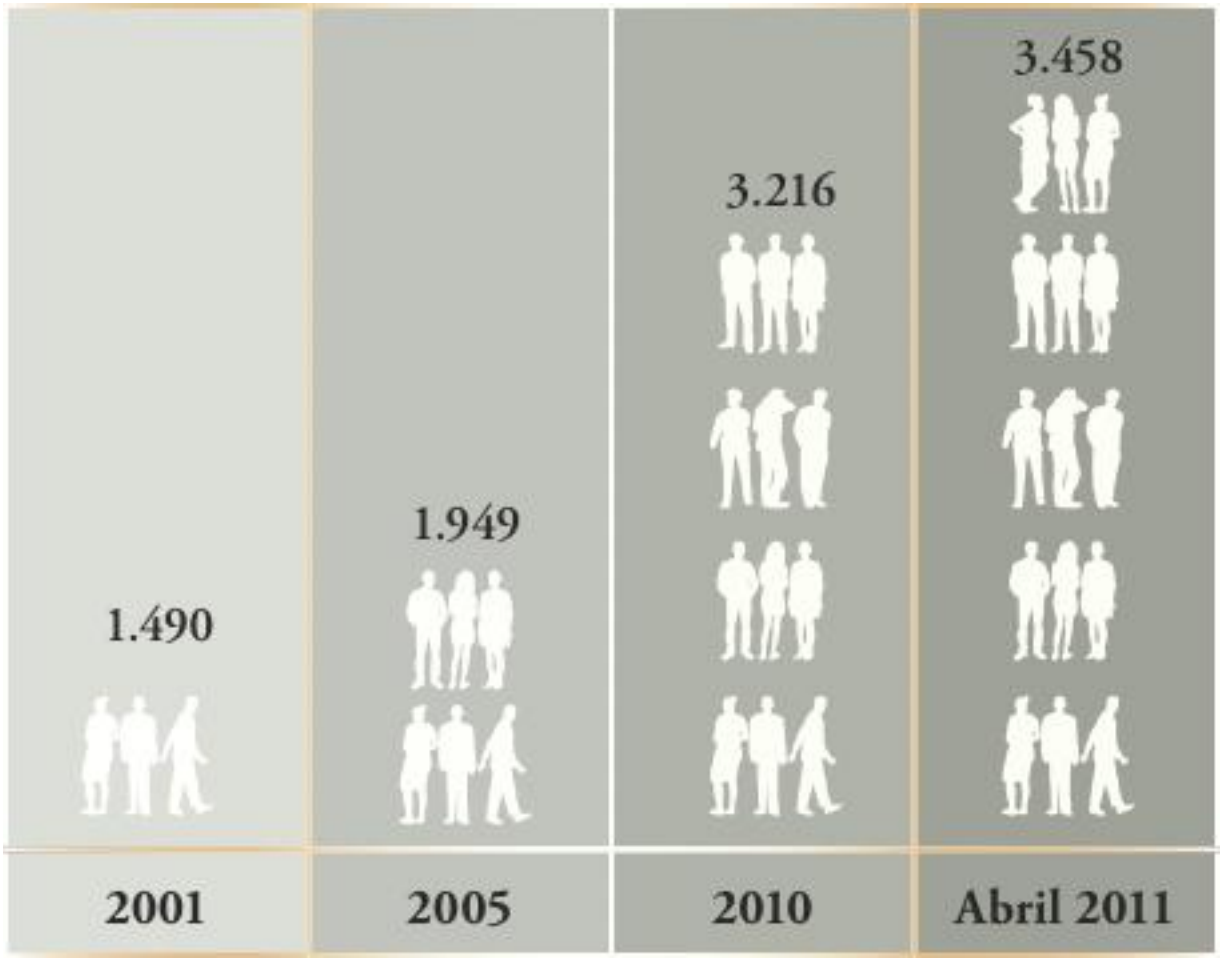
US$ 300 millones

- Inversión USA: US$ 250 millones
- Inversión Chile: US$ 50 millones

El personal de la compañía

Crecimiento de la dotación

Una empresa global con un equipo humano de 16 nacionalidades



CONCHA Y TORO
18
83
ESTABLISHED