

VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF WINERIES —

JUNTA ANUAL DE ACCIONISTAS

2020



23 de abril, 2020

AGENDA

01

AVANCES PLAN ESTRATÉGICO

02

RESULTADOS 2019

03

RECONOCIMIENTOS 2019

04

SUSTENTABILIDAD Y PERSONAS



PLAN ESTRATÉGICO 2022

Conjunto de iniciativas
con foco en la **generación
de valor y rentabilidad**

PILARES ESTRATÉGICOS 2022

1. Plan de Reestructuración

Modelo productivo más
simple, ágil, y sostenible

- Ahorros en costos y gastos por \$ 18.800 mm
- Ejecución terminada en 2018
- 2019-2022: Seguimiento e iniciativas de mejoramiento continuo

2. Estrategia Comercial

Centrada en el consumidor,
orientada al desarrollo
de marcas Premium

- Foco en marcas Principal e Invest – **Matriz de Marcas**
- Foco en mercados de alto potencial – **Matriz de Mercados**

AVANCES EN 2019

- > Despliegue estrategia comercial que ha permitido:
 - Crecimiento de las marcas **Principal e Invest**
 - Crecimiento en los mercados prioritarios
 - Avances en la racionalizacion de productos

- > Generación de nuevas instancias de planificación estratégica para una mayor efectividad y agilidad en la toma de decisiones.

- > Redefinición de cultura corporativa con foco en comportamientos y competencias clave para la consecución de la estrategia: **Colaboración, Agilidad, Respeto, Apertura al cambio.**

AGENDA

01

AVANCES PLAN ESTRATÉGICO

02

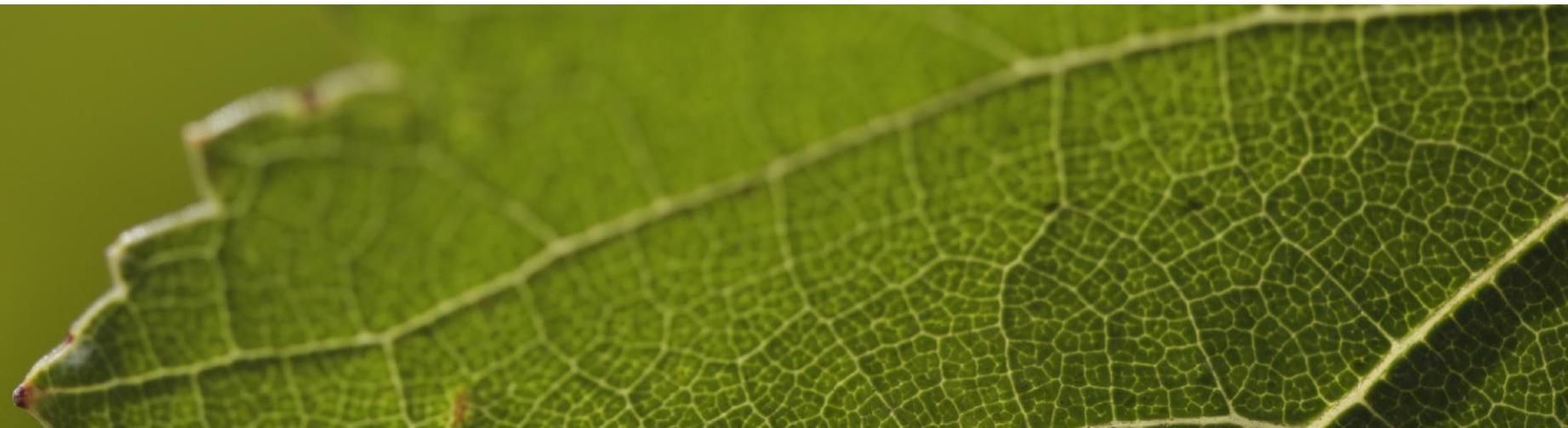
RESULTADOS 2019

03

RECONOCIMIENTOS 2019

04

SUSTENTABILIDAD Y PERSONAS



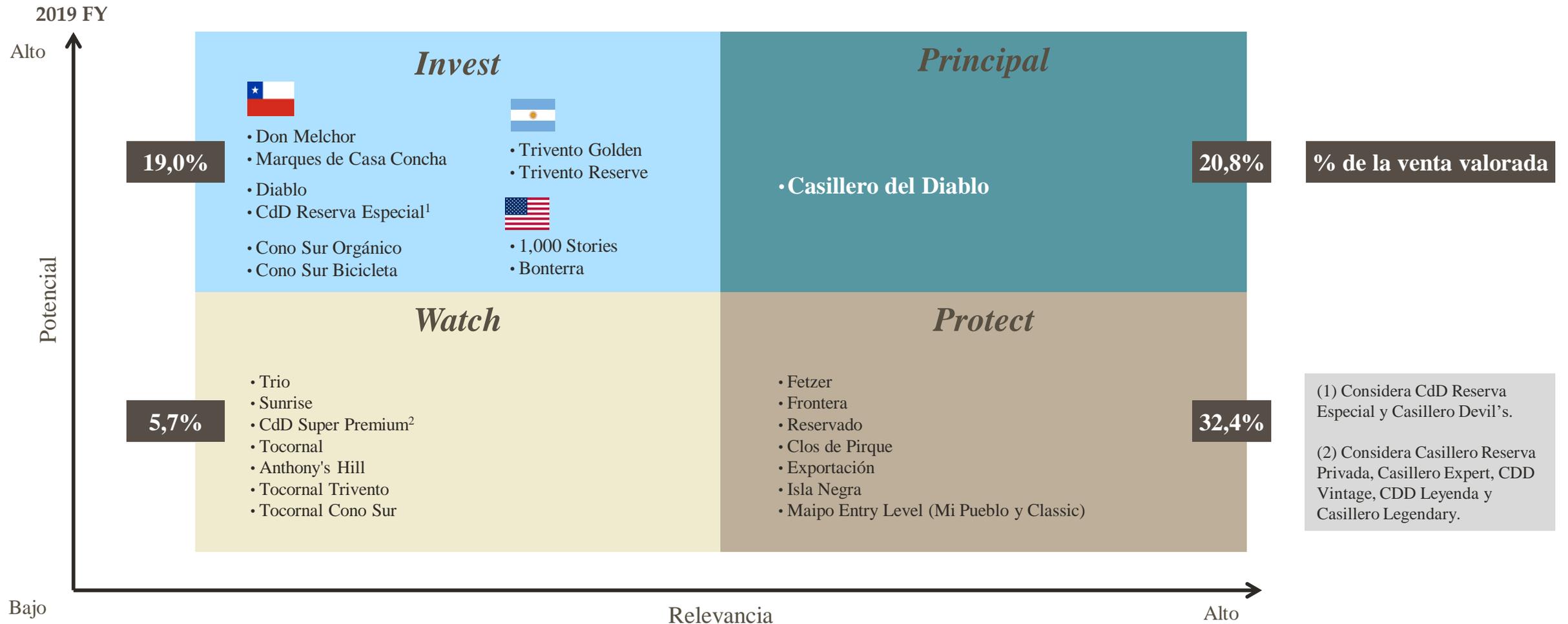
RESULTADOS 2019

La primera línea refleja la nueva orientación comercial

(millones de Ch\$)	2019	2018	Var %
Ventas	656.980	614.129	7,0%
Vino	624.293	571.493	9,2%
Otros	32.687	42.636	(23,3%)

- Venta consolidada: **+7%**
- Venta de vino: **+9%**
- Volumen de vino: **+1,8% y 33,5 millones de cajas**
- **Crecimiento** por un mayor volumen de marcas prioritarias en la Matriz de Marcas, mejor mix y efecto tipo de cambio positivo.
- Venta de Otros: -23% en 2019 por el término del contrato de distribución de Diageo en 3T18.

MATRIZ DE MARCAS: FOCO EN MARCAS PRINCIPAL E INVEST

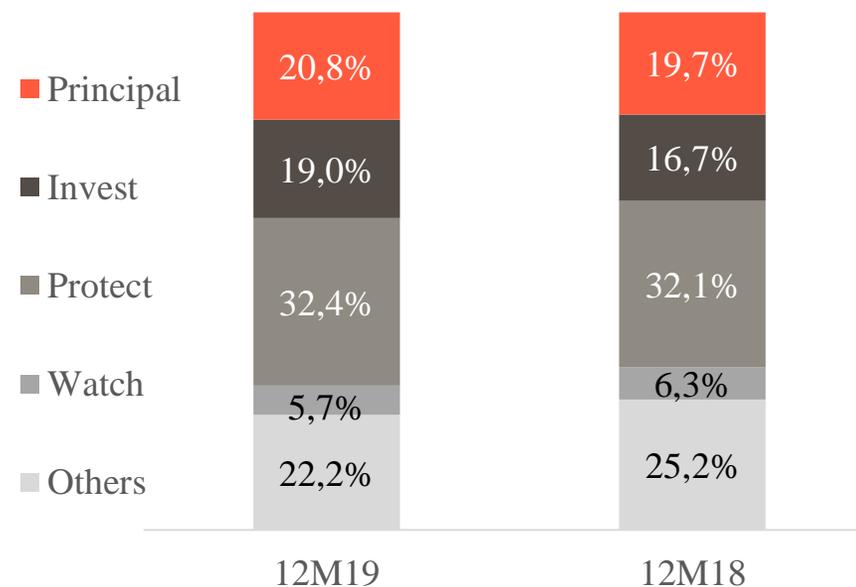


2019: LA VENTA ES LIDERADA POR LAS MARCAS PRINCIPAL E INVEST

Crecimiento de la venta por categoría de marca

	Valor	Volumen
Principal	12,9%	10,0%
Invest	21,5%	15,4%
Protect	7,8%	(0,3%)
Watch	(2,9%)	(6,7%)
Otras marcas	(5,8%)	(5,9%)

Apertura de la venta valorada, por categoría de marca



CASILLERO DEL DIABLO RESERVA

LA MARCA PRINCIPAL DE LA MATRIZ DE MARCAS

2019:

^ 10%

EN VOLUMEN

^ 13%

EN VALOR

El crecimiento del volumen fue liderado por los **mercados clave**:

UK ^ 10%

EEUU ^ 16%

BRASIL ^ 47%



CRECIMIENTO MARCAS INVEST: +15% EN VOLUMEN Y +22% EN VALOR

DESTACAMOS:

- Trivento Reserve que entró al grupo de las 15 marcas de vino de mayor venta en UK.
- Diablo que en su segundo año en el mercado alcanzó ventas de 12.000 cajas, impulsado por Chile, UK, China, Dinamarca y EEUU.



EXTENSIONES DE
CASILLERO DEL DIABLO

^ 8%



CONO SUR
BICICLETA

^ 9%



TRIVENTO
RESERVE

^ 39%



DIABLO

^ 124%



1000
STORIES

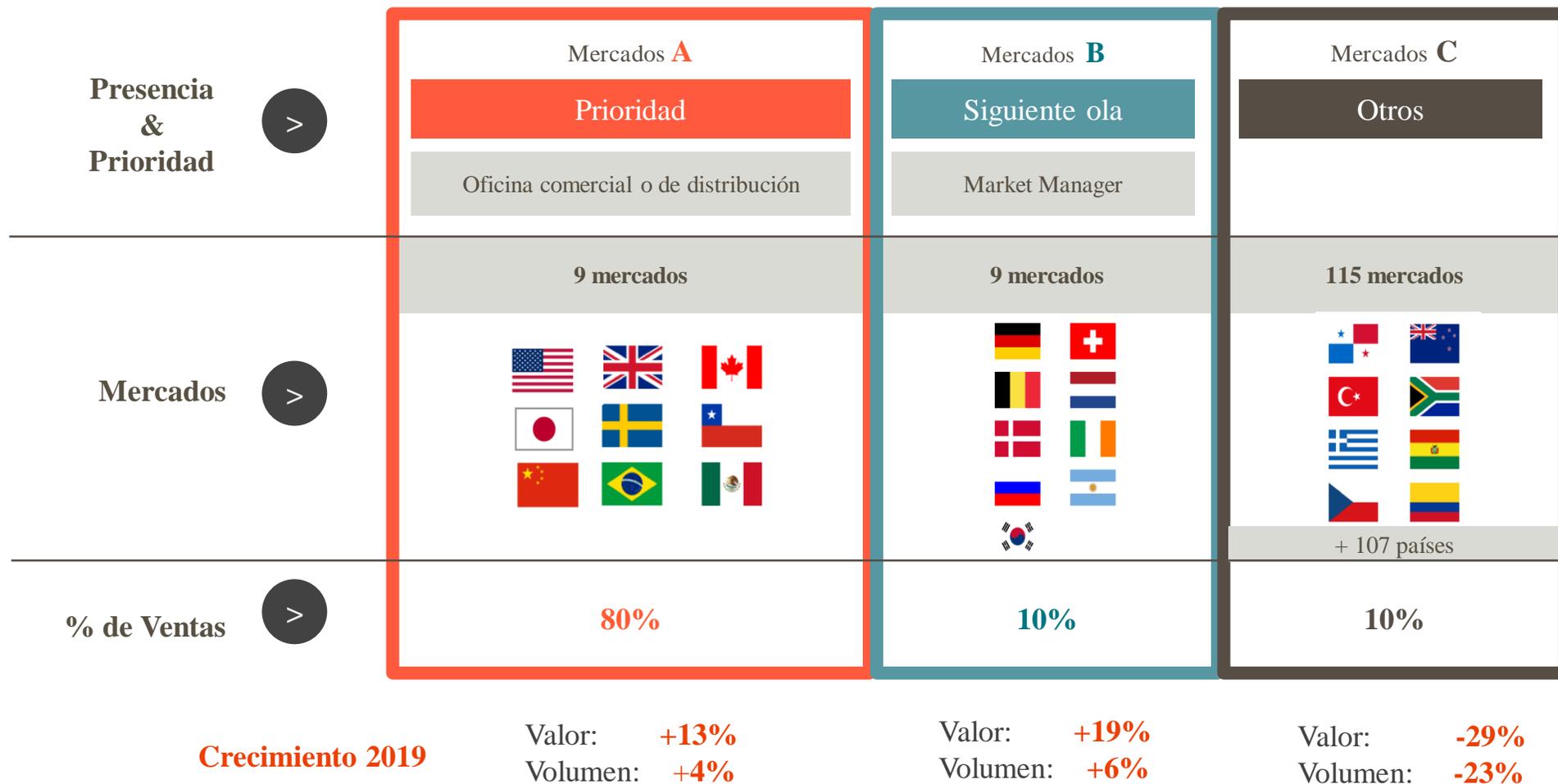
^ 12%



BONTERRA

v -3,8%

2019: VENTA LIDERADA POR LOS MERCADOS A Y B



RESUMEN RESULTADOS 2019

(millones de Ch\$)	2019	2018	Var (%)
Ventas	656.980	614.129	7,0%
Resultado operacional	77.077	60.007	28,4%
Margen operacional	11,7%	9,8%	200 bp
Resultado no operacional	(6.595)	1.488	
Ganancia antes de impuestos	70.482	61.495	14,6%
Impuestos	(17.072)	(11.394)	49,8%
Ganancia neta	52.500	49.111	6,9%
Margen neto	8,0%	8,0%	0 bp
EBITDA	105.644	86.025	22,8%
Margen EBITDA	16,1%	14,0%	210 bp

La última línea refleja un mayor resultado operacional, menor resultado no operacional y mayores impuestos relacionados con el impacto cambiario en las filiales extranjeras, especialmente en Argentina.

EVOLUCIÓN DEL MARGEN EBITDA* POR TRIMESTRE

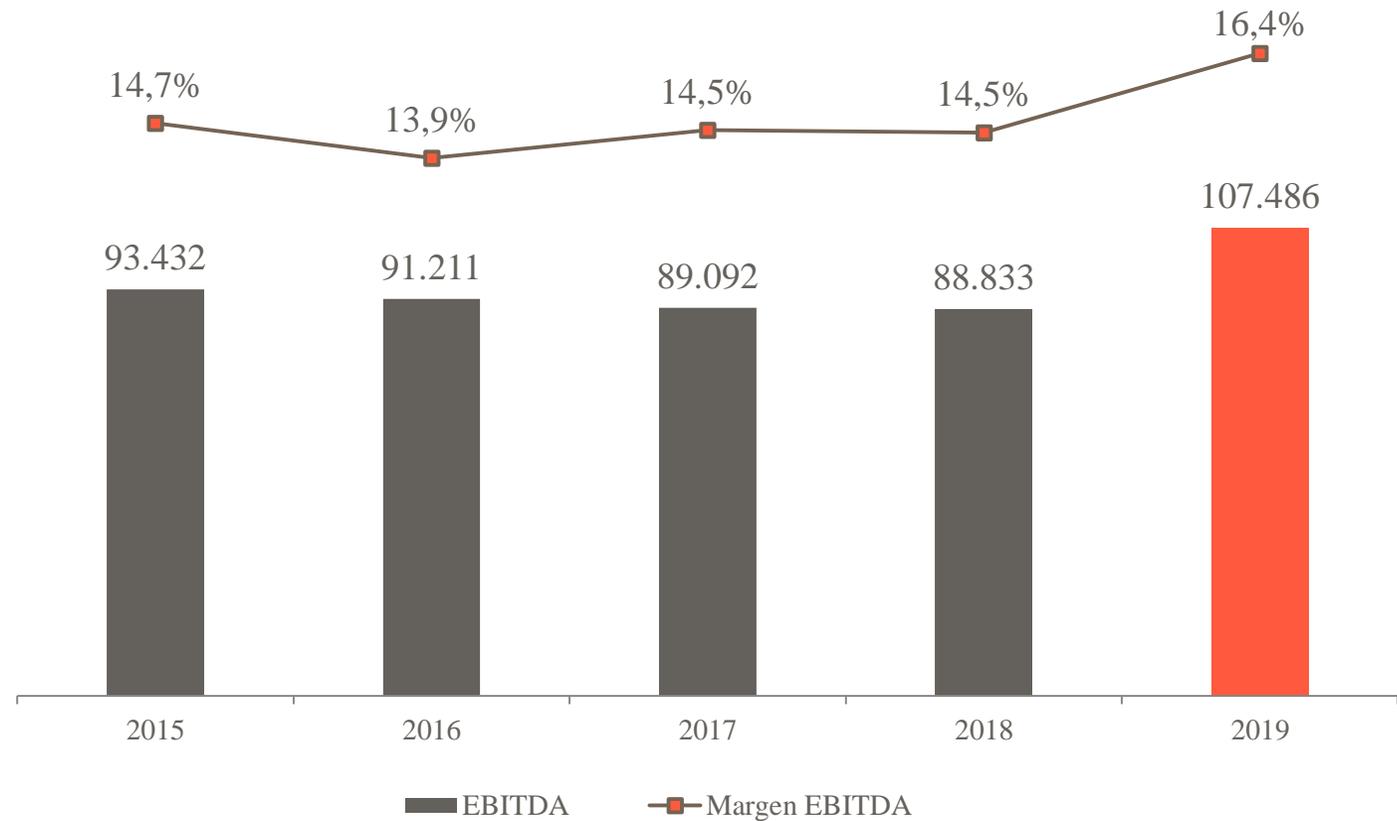
El margen EBITDA muestra una mejora progresiva a lo largo de los trimestres, en línea con los avances y despliegue de la nueva estrategia, y luego de una fase de reestructuración en 2017 y 2018.

Margen EBITDA *	1Q	2Q	3Q	4Q	12M
2017	11,1%	15,1%	14,7%	16,2%	14,5%
2018	12,9%	14,9%	13,5%	15,9%	14,5%
2019	12,1%	16,8%	17,6%	17,8%	16,4%

* Excluye items no recurrentes, principalmente costos y gastos asociados al proceso de reestructuración interna y revalorización activos en 2018 por compra Excelsior.

EBITDA*

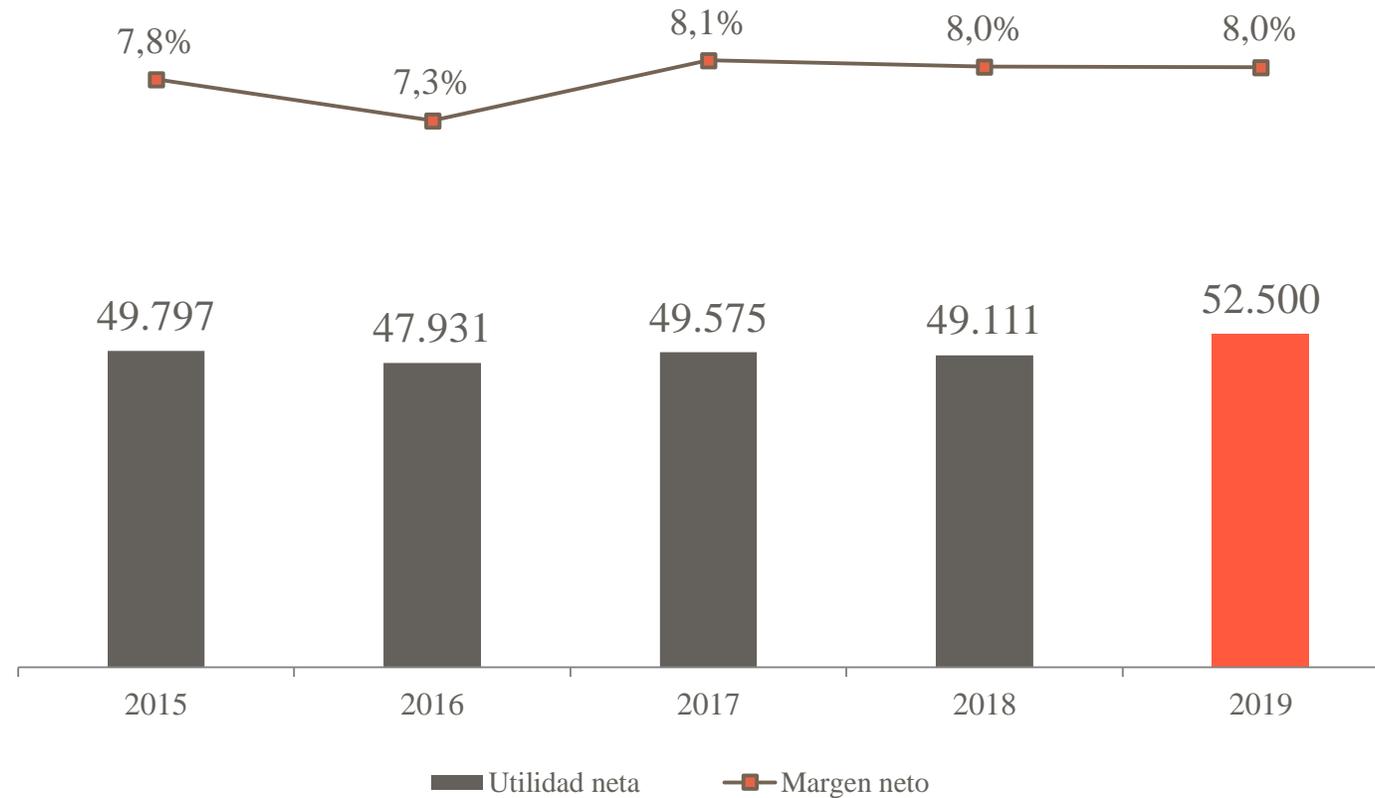
(millones de Ch\$)



* Excluye items no recurrentes, principalmente costos y gastos asociados al proceso de reestructuración interna y revalorización activos en 2018 por compra Excelsior.

UTILIDAD NETA

(millones de Ch\$)

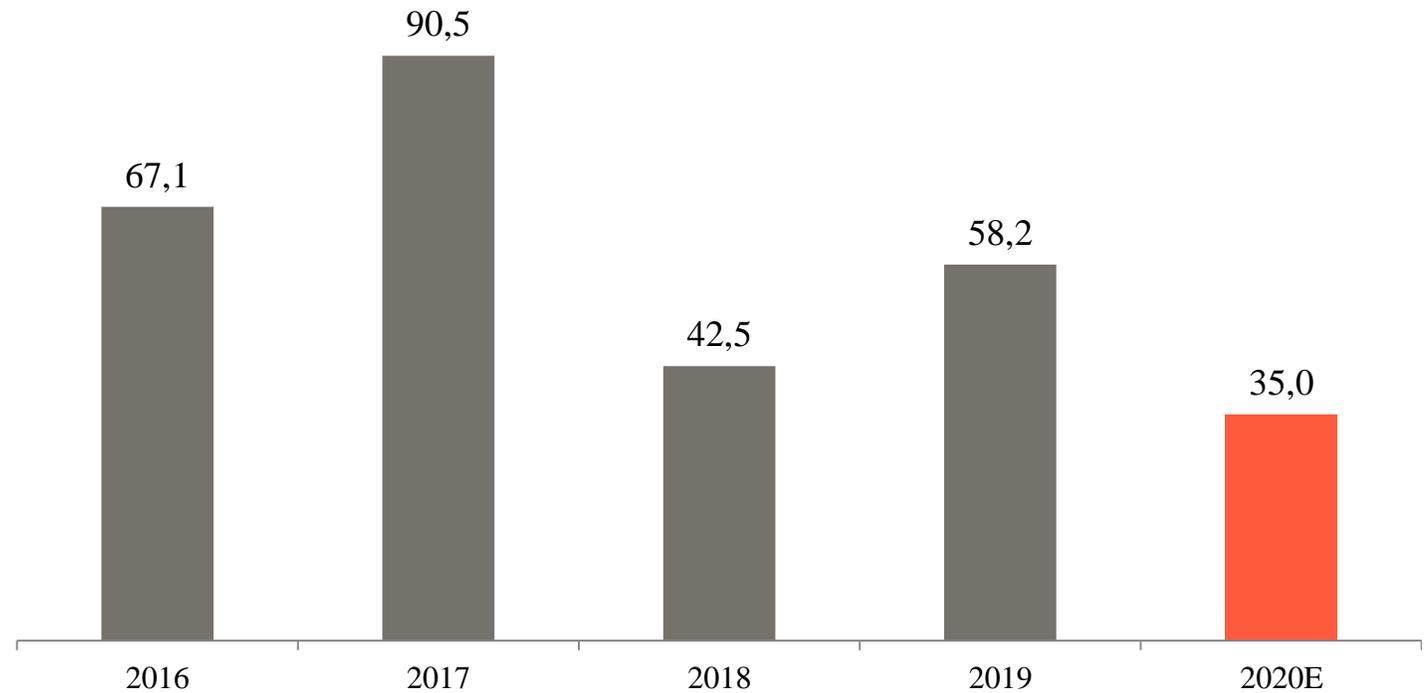


INVERSIONES

(millones de US\$)

Capex correspondiente a infraestructura y capacidad de producción.

Inversión expresada en millones de dólares con tipo de cambio de fin de cada año.



AGENDA

01

AVANCES PLAN ESTRATÉGICO

02

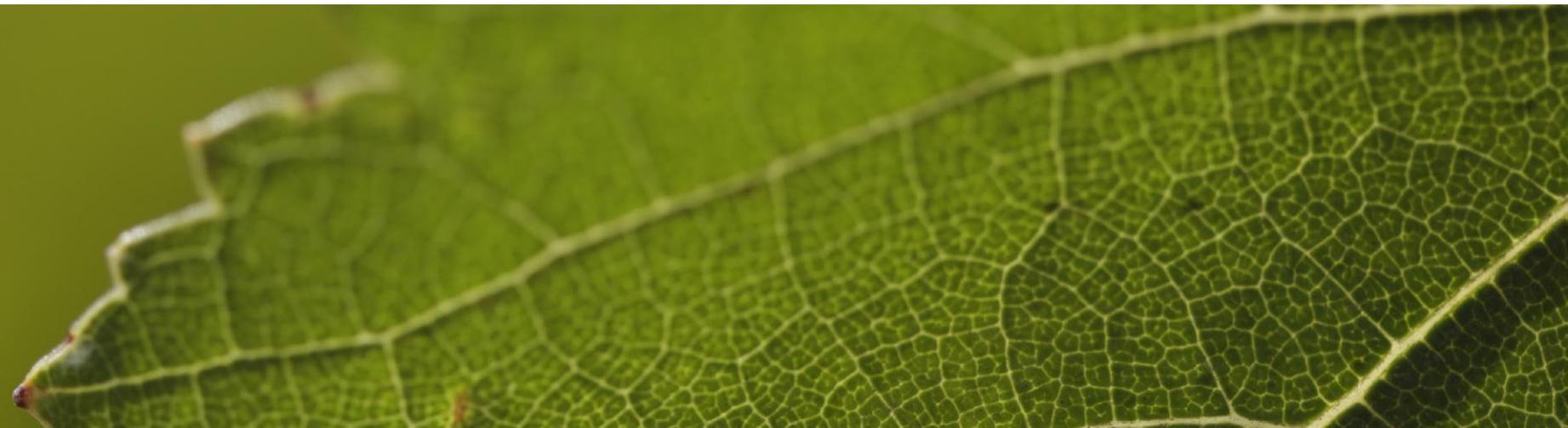
RESULTADOS 2019

03

RECONOCIMIENTOS 2019

04

SUSTENTABILIDAD Y PERSONAS



#2

MARCA DE VINO MÁS PODEROSA DEL MUNDO

Por segundo año consecutivo

Wine Intelligence



MARQUES DE CASA CONCHA 3 DE 4 MEDALLAS

International Wine Challenge

MARQUES
de
CASA CONCHA

LA MARCA CHILENA MÁS
PREMIADA EN EL INTERNATIONAL
WINE CHALLENGE 2020



CARMENERE 2018
MEDALLA DE ORO

PINOT NOIR 2018
MEDALLA DE ORO

PINOT NOIR
LIMITED EDITION 2018
MEDALLA DE ORO





97
Pts

Amelia
Chardonnay 2018
Descorchados





92
Pts

Bonterra
Biodynamic
The Butler 2016
[Wine & Spirits](#)



92
Pts

1000 Stories
Zinfandel Batch 56
[Wine.com](#)



95
Pts

*Top 100
Mejores Malbec*

Eolo
Malbec 2016
Tim Atkin



94
Pts

Gaudeo
Malbec Paraje Altamira
Tim Atkin



91
Pts

Trivento Reserve
Malbec 2018
Tim Atkin



95
Pts

Ocio
Pinot Noir 2015
Tim Atkin



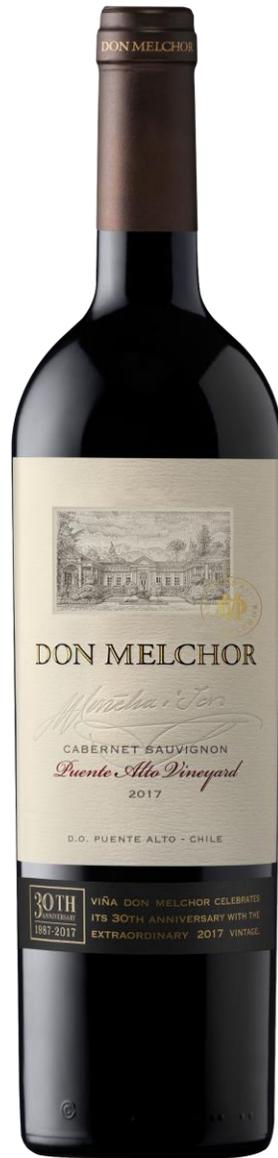
95
Pts

Single Vineyard
8 Grapes 2017
Decanter



95
Pts

Reserva Especial
Riesling 2018
Decanter



99
Pts

Don Melchor

2017

James Suckling

LA BELLEZA DE LA COMPOSICIÓN

by VIÑA DON MELCHOR



UNA HISTORIA.
UN TERROIR.
UN VINO.



Mejor Vino de Chile
Mejor Vino de la Década

Almaviva 2017
James Suckling



AGENDA

01

AVANCES PLAN ESTRATÉGICO

02

RESULTADOS 2019

03

RECONOCIMIENTOS 2019

04

SUSTENTABILIDAD Y PERSONAS



SUSTENTABILIDAD – avances medio ambiente



- Reconocidos por CDP (Carbon Disclosure Project) como empresa Líder en Gestión del Agua a nivel global. Huella de agua: **47% menor al promedio de la industria.**
- Contratos de energía libre y la implementación de plantas solares en diversos fundos de nuestro patrimonio, han concretado el abastecimiento de **80% de energía proveniente de fuentes renovables.**
- Hoy el **98% de los residuos es reciclado o reutilizado.**
- **Reducción de la huella de carbono de 12% con respecto a 2017**, encamina a la viña en la senda de “Cero Emisión al 2050”, alineados con los compromisos de París y la Ley de Cambio Climático.
- Obtención de la Certificación **FSC para los Servicios Ecosistémicos del bosque nativo**, única viña del mundo en contar con este reconocimiento a la protección de la biodiversidad.

PERSONAS



NEGOCIACIONES COLECTIVAS

- Durante 2019 se celebraron 4 Negociaciones Colectivas y 2 acuerdos con Grupos Negociadores. Éstas fueron desarrolladas en un ambiente de buena comunicación y respeto.

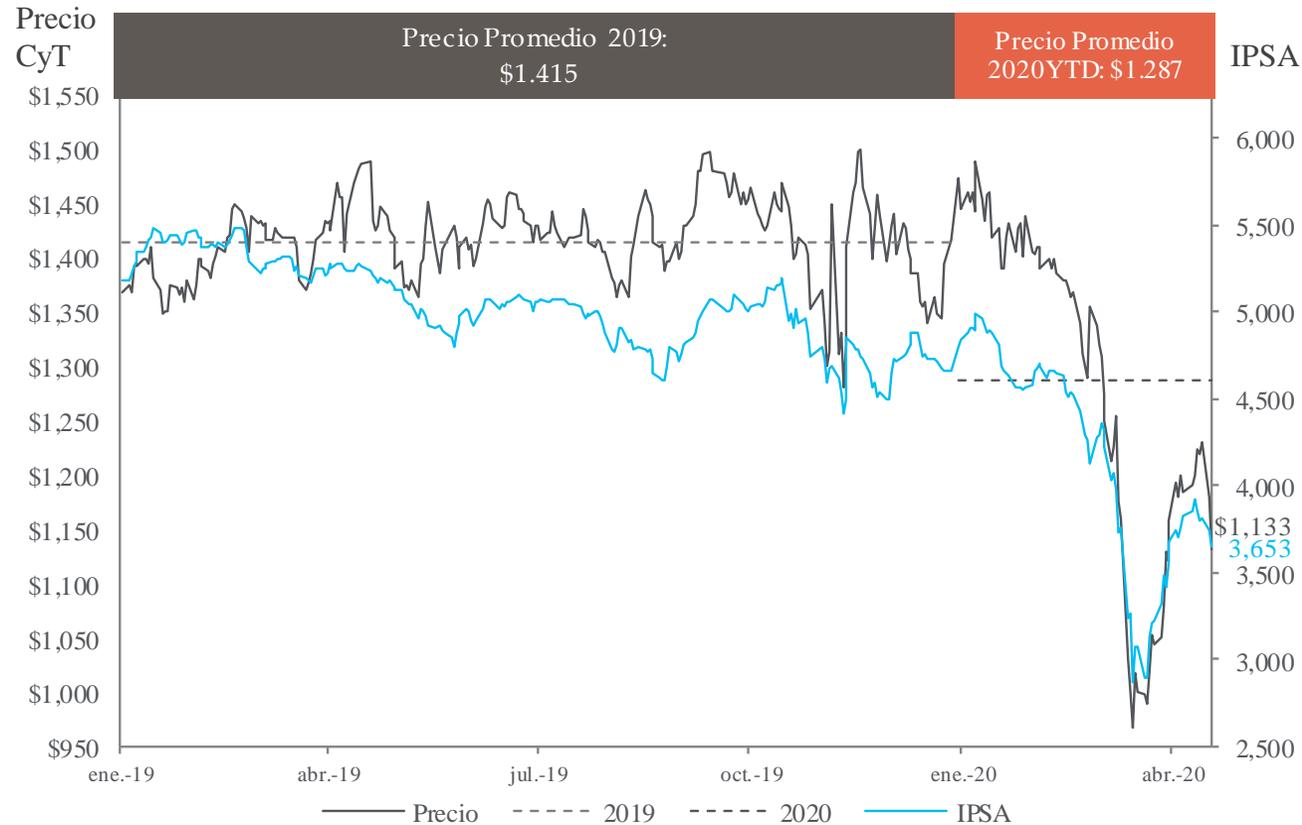


CULTURA Y CAMBIO

- Iniciamos un programa sólido de cambio cultural, basado principalmente en comportamientos necesarios para el cumplimiento de la estrategia de la Compañía: Respeto, Colaboración, Apertura al Cambio y Agilidad.
- La herramienta esencial para seguir llevándolo a cabo seguirá siendo el trabajo con los líderes y una comunicación oportuna y permanente.

VALORIZACIÓN BURSÁTIL - EVOLUCIÓN PRECIO DE LA ACCIÓN

Evolución Precio de la Acción



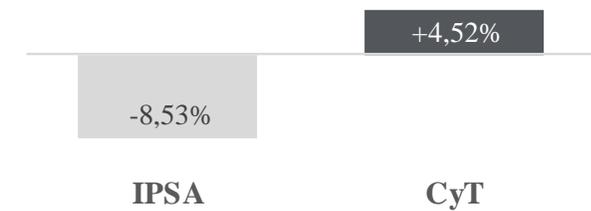
Fuente: Bloomberg al 21 de abril, 2020

Capitalización Bursátil: US\$986mm

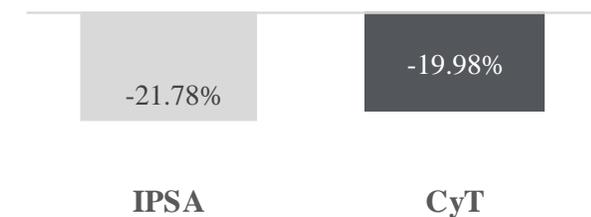
VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —

Retornos vs. IPSA

2019



2020 YTD



CONTEXTO ACTUAL

Escenario sin precedentes históricos, marcado por una crisis sanitaria y económica global de proporciones que aún no se terminan de calcular.

- En este contexto, la compañía se ha preocupado en primer lugar, de la seguridad y salud de sus trabajadores y sus familias, tomando medidas y siguiendo recomendaciones para evitar contagios. También hemos facilitado, en la mayor medida posible, el trabajo remoto.
- Hemos llevado adelante un plan de contingencia para dar continuidad al proceso productivo.
- La vendimia 2020 se ha ejecutado de manera impecable desde mediados de febrero y ya se encuentra prácticamente finalizada.
- Las actividades de vinificación, guarda, envasado en estos meses se han realizado con normalidad, y las actividades logísticas para llevar nuestros productos a los consumidores no han sufrido interrupciones materiales.
- Las áreas comerciales siguen muy activas para seguir impulsando nuestras ventas.

CONTEXTO ACTUAL

- En este contexto, la demanda por vino se ha visto impulsada por un aumento de compra de productos tras las *cuarentenas* en principales mercados: En USA canal off-trade aumentó 66% semana terminada 21/03 y 27% semana 28/03. En UK aumento de 27% semana del 4/04 y de 23% semana 11/04.
- Se ha favorecido el consumo de vinos en el hogar y productos de marcas reconocidas.
- Nuestra compañía tiene un sólido portfolio de marcas reconocidas.
- Tenemos una muy baja exposición al canal on-trade, el más golpeado con esta crisis.
- Nuestra exposición al mercado Chino, es relativamente baja, menor al 3%.
- Enfrentamos un escenario de alta incertidumbre. No obstante nuestra compañía tiene sus bases sólidas. Estamos muy concentrados en seguir haciendo las cosas como las hemos planificado y queremos salir de esta crisis fortalecidos.