

VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —

Resultados 1T21

PRESENTACIÓN A INVERSIONISTAS

4 de mayo, 2021

Declaraciones con miras al futuro

Esta presentación contiene declaraciones con miras al futuro, debiendo considerarse basadas en la buena fe. Dichas declaraciones están sujetas a riesgos e incertidumbres fuera del control de Viña Concha y Toro que podrían causar que los resultados reales de Viña Concha y Toro difieran materialmente de los establecidos en las declaraciones con miras al futuro. Estos factores de riesgo incluyen, pero no se limitan a, los factores de riesgo descritos en los Estados Financieros de Viña Concha y Toro, Nota 5 (“Gestión de Riesgos Financieros”). Las declaraciones con miras al futuro se refieren solo a la fecha en que se entregan, y Viña Concha y Toro no asume ninguna obligación de actualizarlas o revisarlas públicamente, considerando desarrollos que difieran de los anticipados.

Agenda

RESULTADOS 1T21

- 01.** **Visión general** – Eduardo Guilisasti, **CEO**
- 02.** **Estrategia comercial** – Blanca Bustamante, **Directora de IR**
- 03.** **Resultados Financieros** – Osvaldo Solar, **CFO**
- 04.** **Sustentabilidad** – Valentina Lira, **Gerente de Sustentabilidad**

01.

Visión General

Eduardo Guilisasti, *CEO*

En **1T21**, Viña Concha y Toro logró los *mejores resultados históricos* para un primer trimestre

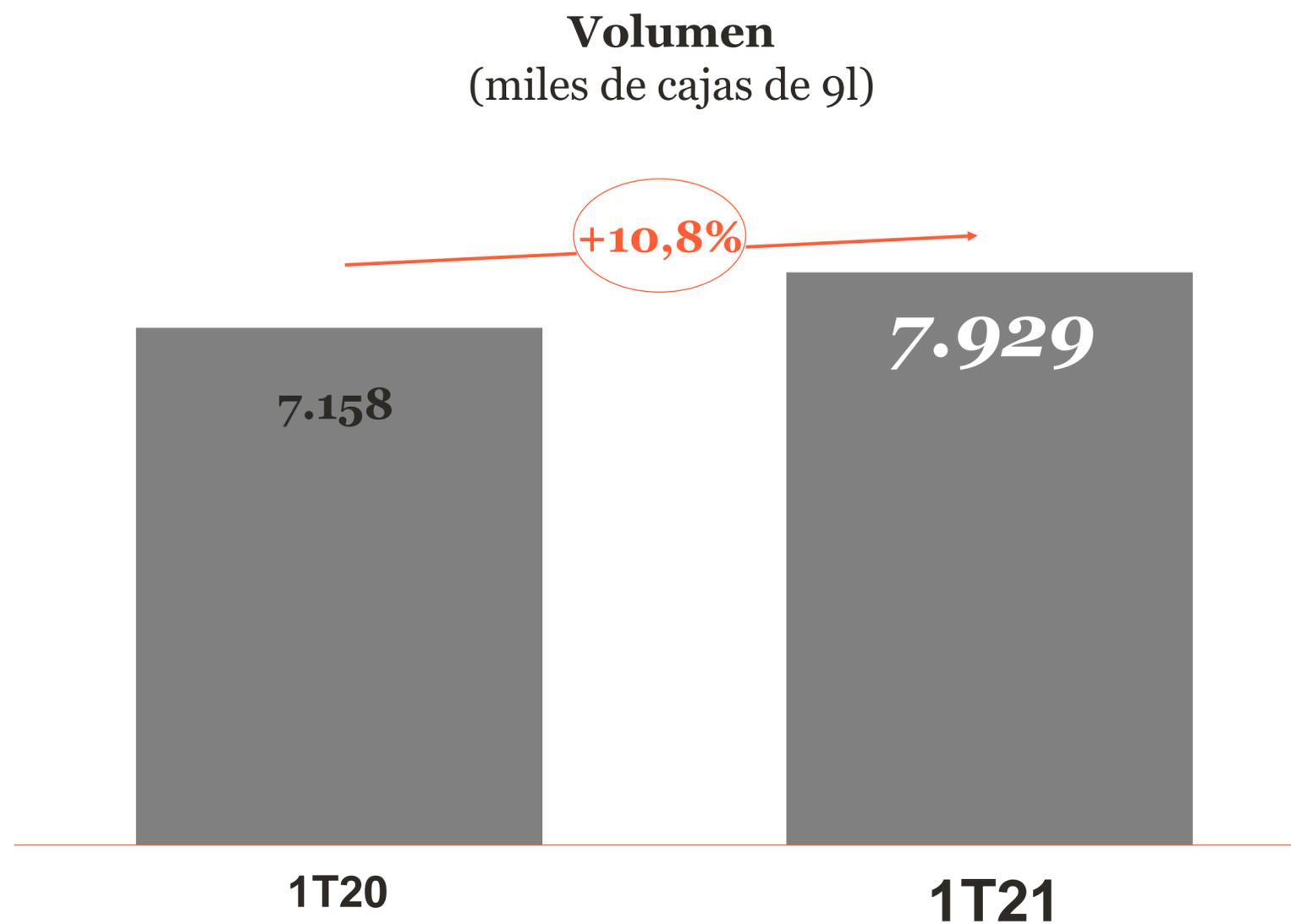
	1T17	1T18	1T19	1T20	1T21
Margen operacional	6,4%	7,8%	7,2%	10,9%	14,1%

Factores que impactaron negativamente el 1T21

Fluctuaciones del tipo de cambio, con un 6,8% de caída en nuestra canasta de ventas.

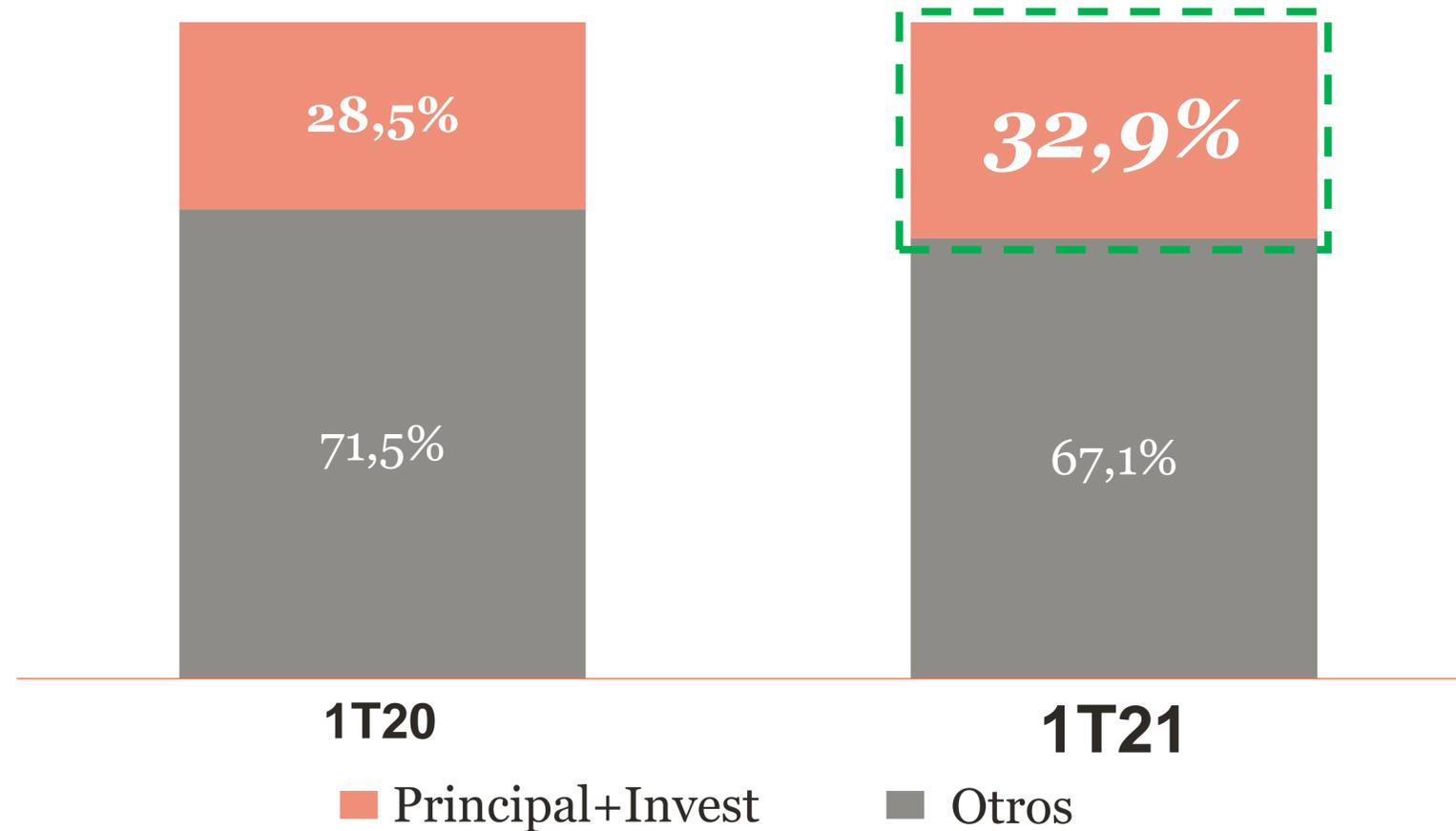
Dificultades en la industria naviera global han impactado las cadenas de suministro. En nuestro caso, hemos visto retraso en algunos de nuestros envíos y en la recepción de materias primas.

Fuerte crecimiento del volumen en 1T21



Crecimiento del volumen es impulsado por marcas Principal e Invest

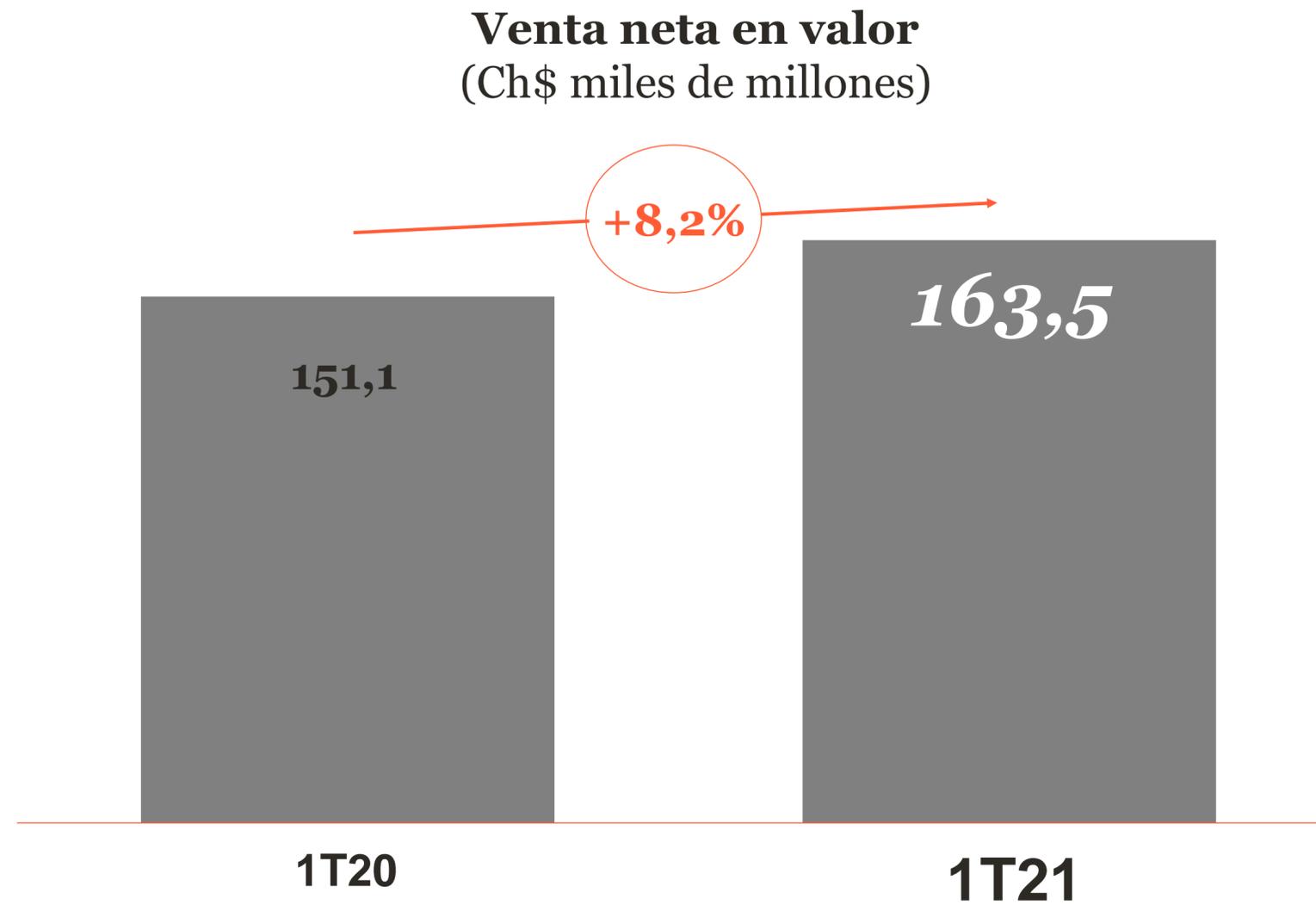
Contribución al volumen total



Crecimiento Principal e Invest
+27,9%

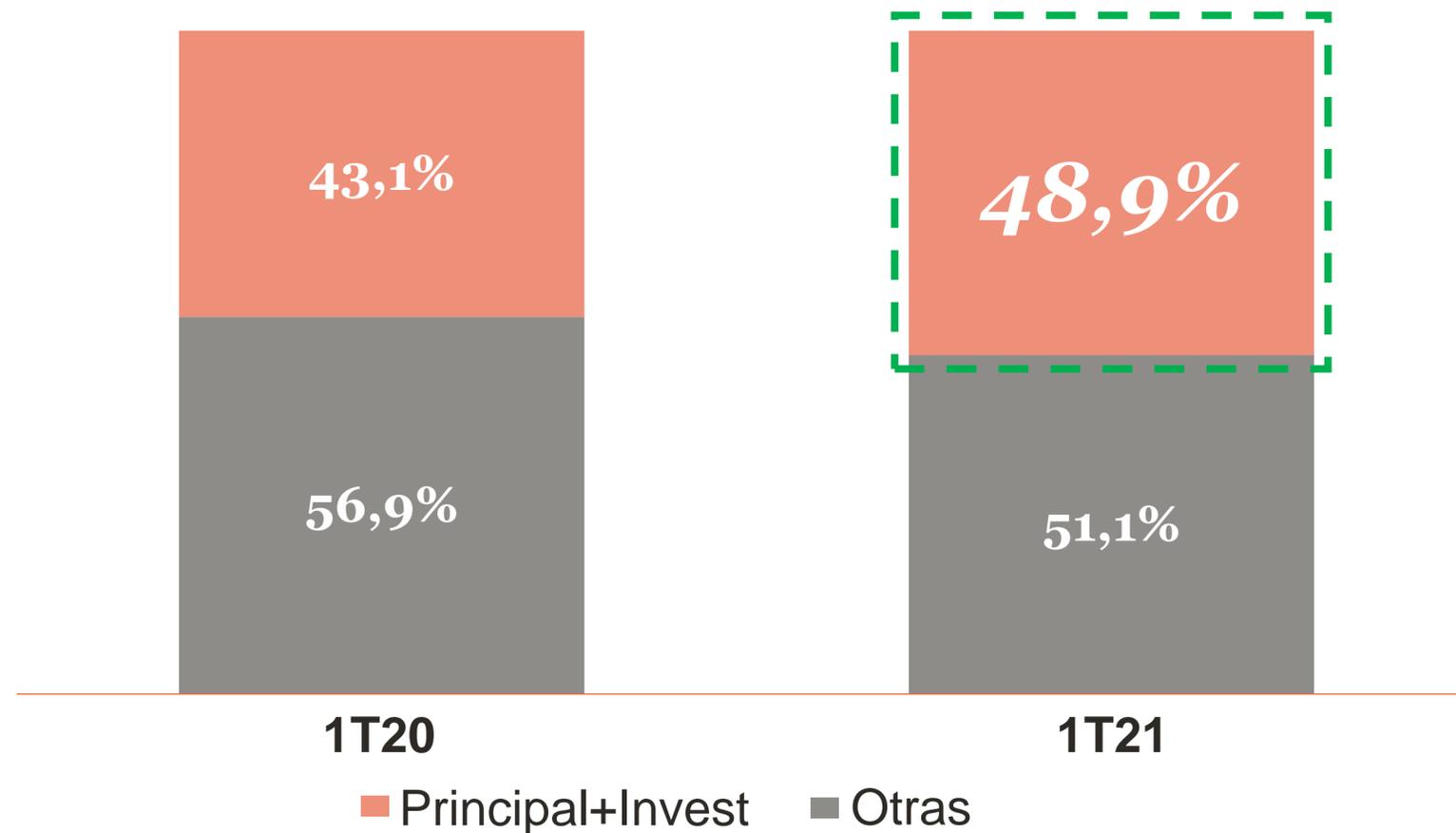
Mejora en el mix de volumen
+440 pb

Crecimiento de la venta en 1T21



Crecimiento de la venta es impulsado por marcas Principal e Invest

Contribución a la venta total



Crecimiento Principal e Invest **+22,7%**

Mejora en el mix de valor **+580 pb**

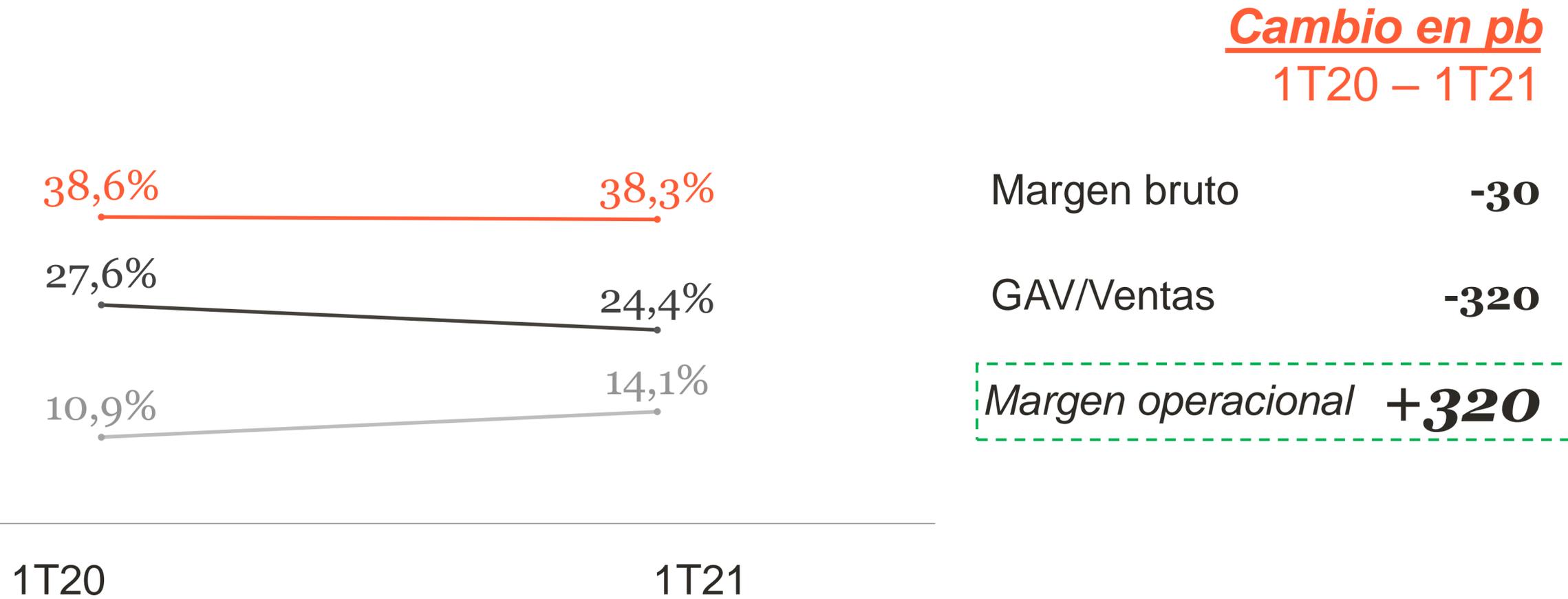
Estricto manejo de costos y gastos

(Ch\$ millones)	1T20	1T21	% a/a
Ventas	151.113	163.53503	+8,2%
Costo de venta	92.743	100.833	+8,7%
GAV	41.633	39.885	-4,2%
Resultado operacional	16.455	23.050	+40,1%
<i>Margen operacional %</i>	10,9%	14,1%	



320 pb de expansión del margen

Aumento en el margen operacional, a 14.1% en 1T21 +320 pb desde 1T20



Cambio en pb
1T20 – 1T21

Margen bruto	-30
GAV/Ventas	-320
<i>Margen operacional</i>	+320

— Margen bruto — GAV/Ventas — Margen operacional

Aumento en el EBITDA y Utilidad neta

(Ch\$ millones)	1T21	1T20	Var (%)
Utilidad neta	14.731	7.863	+87,3%
Margen neto	9,0%	5,2%	
EBITDA	29.229	22.327	30,9%
Margen EBITDA	17,9%	14,8%	

Crecimiento en gran parte de los mercados con buen desempeño 2020

- Mercados que tuvieron un desempeño positivo en 2020 (oficinas y mercados locales) : ***volvieron a crecer 10,5%***

Recuperación de la venta en gran parte de los mercados más afectados en el contexto de pandemia

- Mercados que tuvieron un desempeño negativo en 2020 (distribuidores): ***crecieron un 11,5%***

Lanzamiento de oficina de distribución y marca Concha y Toro en China



Las cosechas que vienen en el hemisferio norte se esperan inferiores al 2020

- **En Europa**, las regiones del vino han sido severamente impactadas por heladas, especialmente en Francia.
- **En EE.UU.**, la situación de sequía también se espera que tenga un impacto negativo en la producción.

Las cosechas en el hemisferio sur están en su fase final

- **En Chile**, nuestra producción propia tiene un alto grado de avance. Nuestras proyecciones se incrementaron, esperando una cifra cercana al 25% sobre 2020.
- **En Argentina**, vendimia 100% terminada con una **recepción 25% superior al año anterior** y con una producción propia que fue del 48% de la recepción total.
- **En Australia y Sudáfrica**, hay proyecciones positivas.
- **En Nueva Zelanda**, debido a las heladas y un clima primaveral más frío, la cosecha fue baja.

02.

Estrategia Comercial

Blanca Bustamante, *Directora de IR*

Ventas 1T21: el volumen creció en todas las unidades de negocio

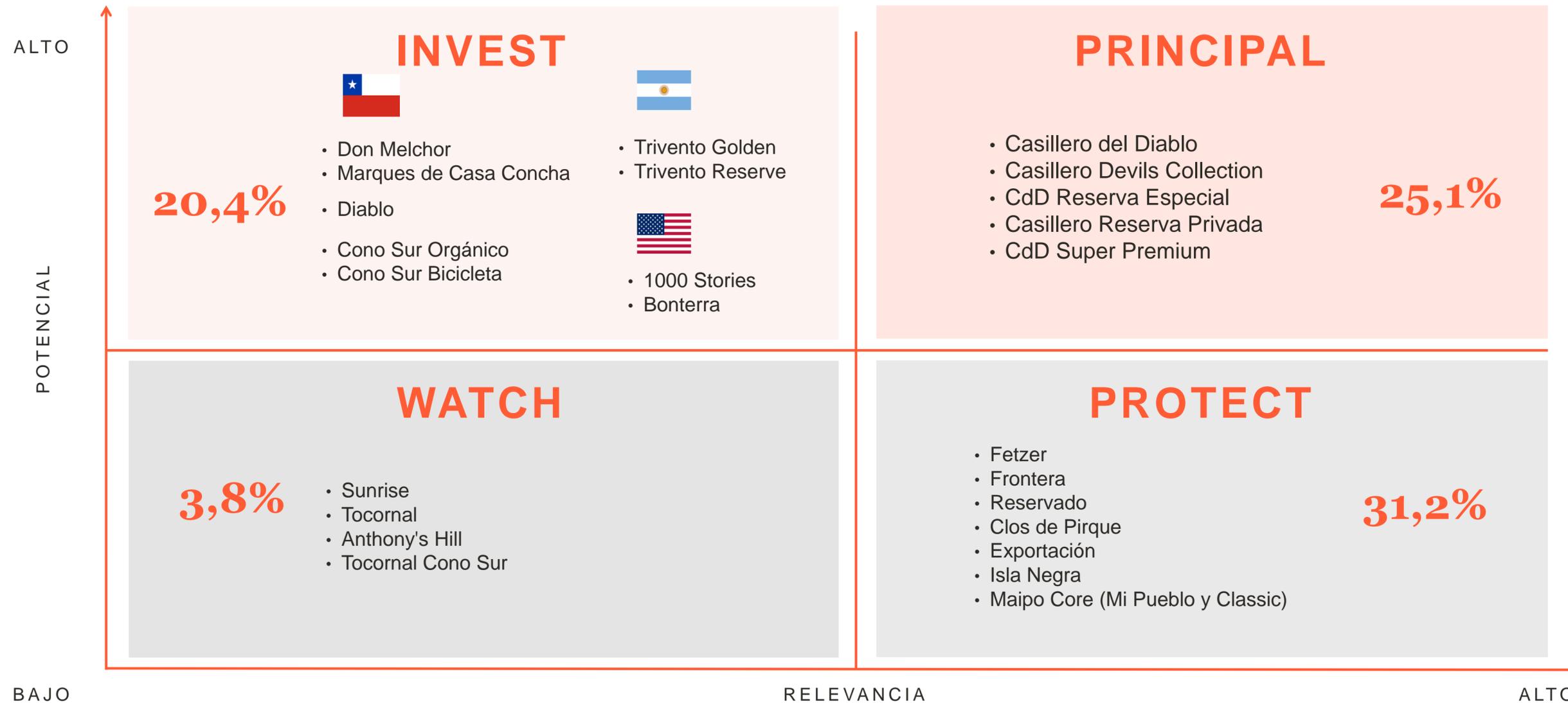
Volumen (miles de litros)	1T21	1T20	Var (%)
Mercados de Exportación	43.545	40.058	8,7%
Chile	12.769	12.197	4,7%
USA	7.931	7.228	9,7%
Argentina	1.582	1.216	30,1%
Total Vinos	65.827	60.700	8,4%
Otros Negocios No Vino	5.534	3.725	48,6%
Total Volumen	71.360	64.425	10,8%

Ventas 1T21: la facturación creció 8,2%

Ventas (millones de Ch\$)	1T21	1T20	Var (%)
Mercados de Exportación	106.129	98.359	7,9%
Chile	18.263	15.155	20,5%
USA	27.467	28.524	(3,7%)
Argentina	788	636	23,8%
Total Vinos	152.648	142.674	7,0%
Otros Negocios No Vino	10.855	8.440	28,6%
Total Ventas	163.503	151.113	8,2%

Foco en marcas Premium con alto potencial de crecimiento

- La Matriz de Marcas es el marco de referencia para definir objetivos de venta e inversión en marketing.
- En 2020. 25 marcas representaron el 80,5% de las ventas.
- Se realiza una revisión continua buscando un mayor foco.



80,5% de las ventas netas en valor en 2020

Resultados 1T21: crecimiento fuerte de las marcas Premium

CRECIMIENTO DE VENTAS DE VINO POR CATEGORIA DE MARCAS

	VALOR a/a	VOLUMEN a/a
Principal	31,3%	34,7%
Invest	14,1%	19,2%
Protect	1,7%	5,0%
Watch	(19,2%)	(18,6%)
Otras marcas vino	(15,8%)	(3,3%)
Total vino	7,0%	8,4%

27,9%

**Creció el volumen de
Principal e Invest en
1T21**

Marcas en la Matriz contribuyendo al crecimiento en volumen

Apertura del crecimiento en volumen: marcas Premium y comerciales

(Miles de cajas de 9l)

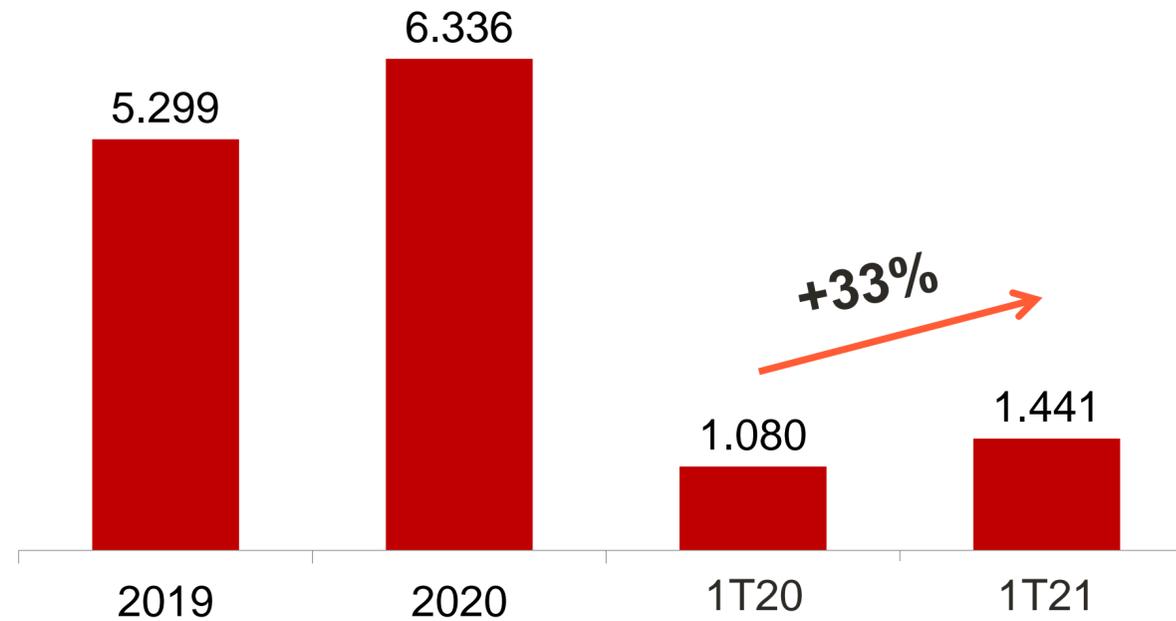


Casillero del Diablo

fuerte crecimiento en diversos mercados



(Miles de cajas de 9-l)



Casillero del Diablo



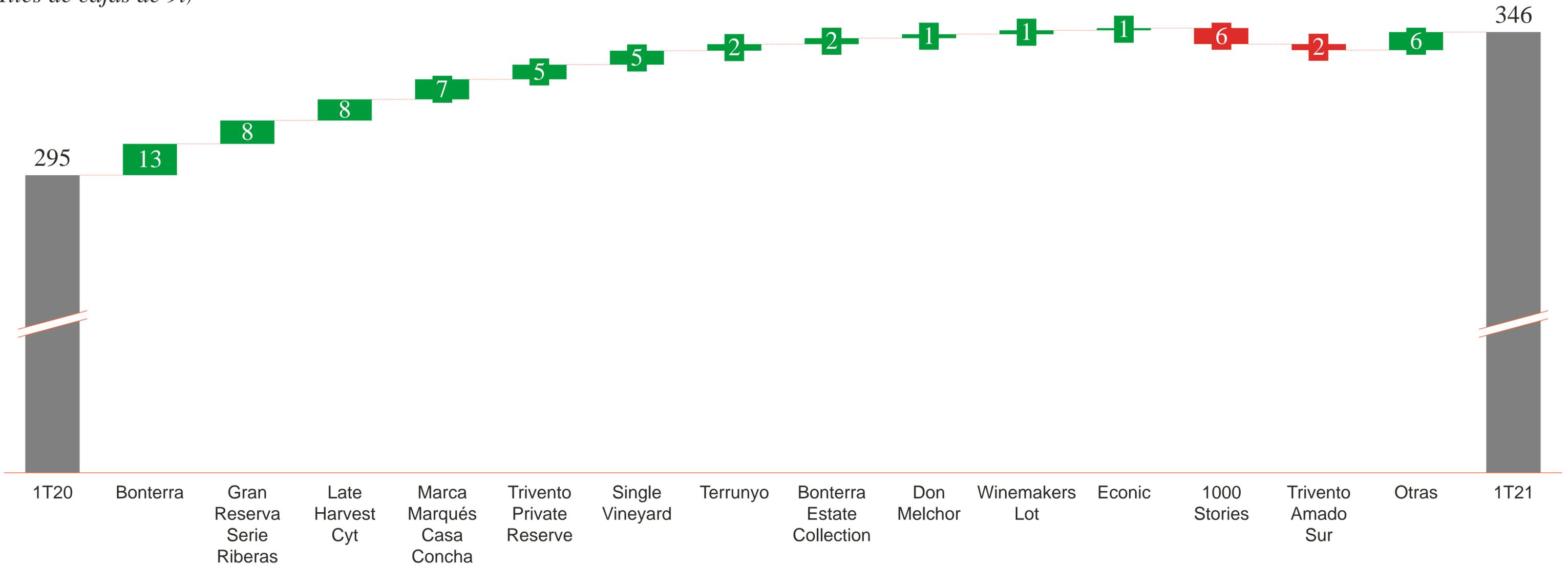
MARCA DE VINO MÁS PODEROSA DEL MUNDO

POR TERCER AÑO CONSECUTIVO

Vinos finos comienzan a mostrar recuperación

Apertura del crecimiento en volumen: **Super Premium y Ultra Premium**

(Miles de cajas de 9l)



Volumen es impulsado por los mercados con distribución integrada

Ventas por Mercado	% de Ventas	Valor a/a	Volumen a/a
MERCADOS A			
Reino Unido	26,4%	10,2%	8,5%
Chile	17,5%	22,4%	14,8%
USA	17,3%	(1,3%)	10,6%
Países nórdicos	6,2%	8,7%	5,5%
Brasil	4,5%	3,7%	17,5%
México	4,0%	15,4%	20,1%
China	3,1%	198,7%	127,6%
Canadá	2,8%	(12,4%)	(8,4%)
Japón	1,7%	(24,7%)	(3,5%)
Total A	83,5%	10,2%	11,7%
Total B	10,3%	17,8%	20,0%
Total C	6,2%	(21,8%)	(4,6%)
Consolidado	100,0%	8,2%	10,8%

*Cifras incluyen negocio no-vino.

03.

Resultados Financieros

Oswaldo Solar, CFO

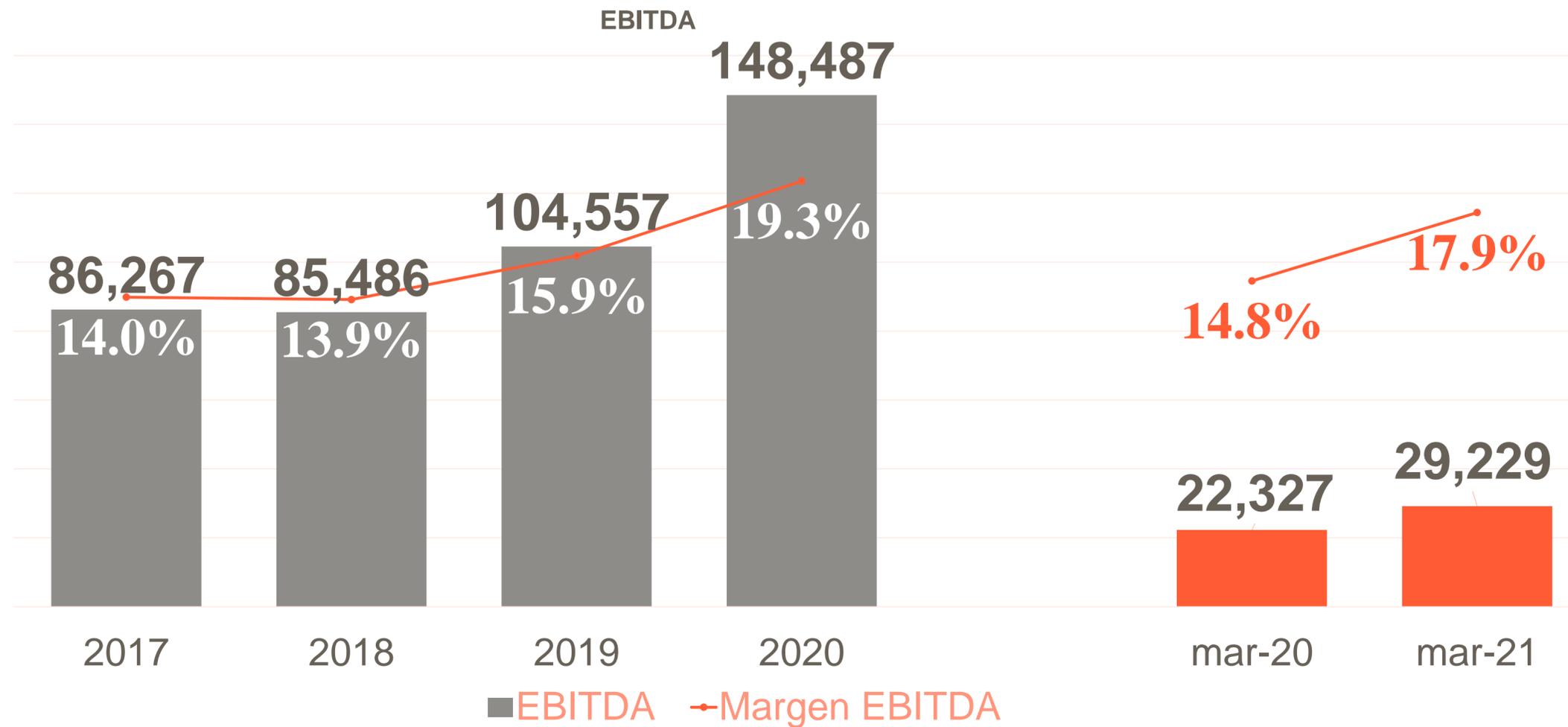
En 1T21, el resultado operacional aumentó **40%** y su margen se expandió **320 pb**

- Los resultados y márgenes fueron impulsados por mayores ventas, mejora en el mix, control de costos y gastos, en un contexto de costos de vino crecientes y efectos cambiarios desfavorables.
- Como resultado, el EBIT creció 40% y el margen EBIT aumentó 320 pb.

(Ch\$ millones)	1T21	1T20	Var (%)
Ventas	163.503	151.113	8,2%
Ganancia bruta	62.669	58.370	7,4%
Margen bruto	38,3%	38,6%	(30 pb)
GAV	(39.885)	(41.663)	(4,2%)
GAV/Ventas	(24,4%)	(27,6%)	320 pb
Otros ingresos, gastos	266	(282)	
Resultado operacional	23.050	16.455	40,1%
Margen operacional	14,1%	10,9%	320 pb

1T21, el EBITDA aumentó **31%** y su margen se expandió **310pb**

La mejora continua de márgenes refleja los avances en nuestra estrategia.



Resultado no operacional

(Ch\$ millones)	1T21	1T20	Var (%)	Var \$
Gastos financieros netos	-2.794	-3.548	-21,3%	754
Diferencias de cambio	-301	-1.214	-75,2%	913
Coligadas	-290	-343	-15,5%	53
Resultado no operacional	-3.385	-5.105	-33,7%	1.720

Una menor pérdida no operacional en 1T21 frente al 1T20 fue explicada ampliamente por mayores diferencias de cambio y menores costos financieros.

Gastos financieros y diferencias de cambio

Gastos Financieros bajando de acuerdo a disminución de deuda

El resultado no operacional mejora en MM\$ 1.660 por:

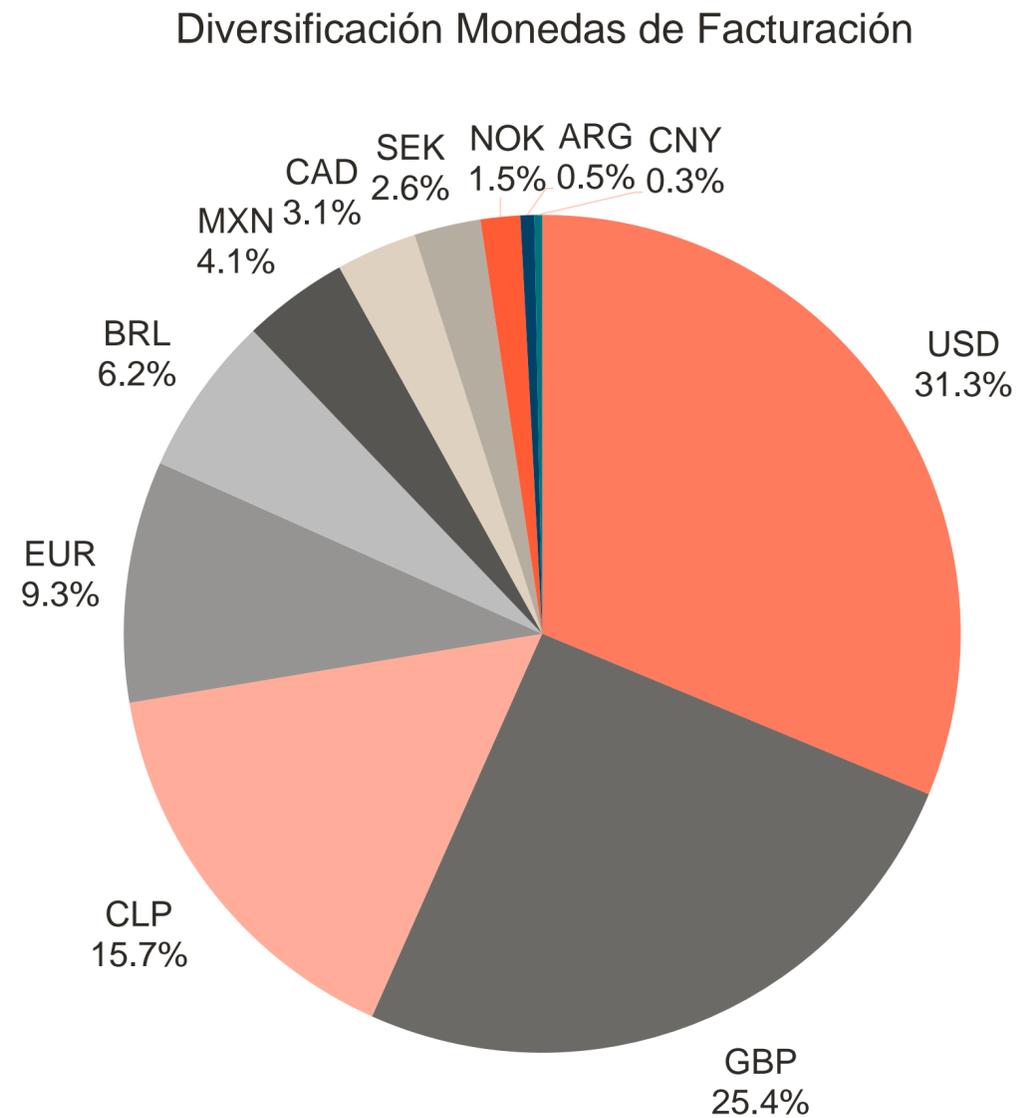
- menor gasto financiero neto por **MM\$ 754**
- menor pérdida por diferencia de cambio de **MM\$ 913**.

Factores a destacar:

- Menor deuda financiera neta promedio en el trimestre por **MM\$ 60.800**
- Disminución de tasas de interés promedio en USD (2,4% vs 3,0%).

La evolución del trimestre está en línea con el ahorro esperado con respecto al 2020 de MM\$ 7.000

Diversificación de monedas



- Diversificación de monedas atenúa las variaciones del dólar como moneda única.

Año 2021

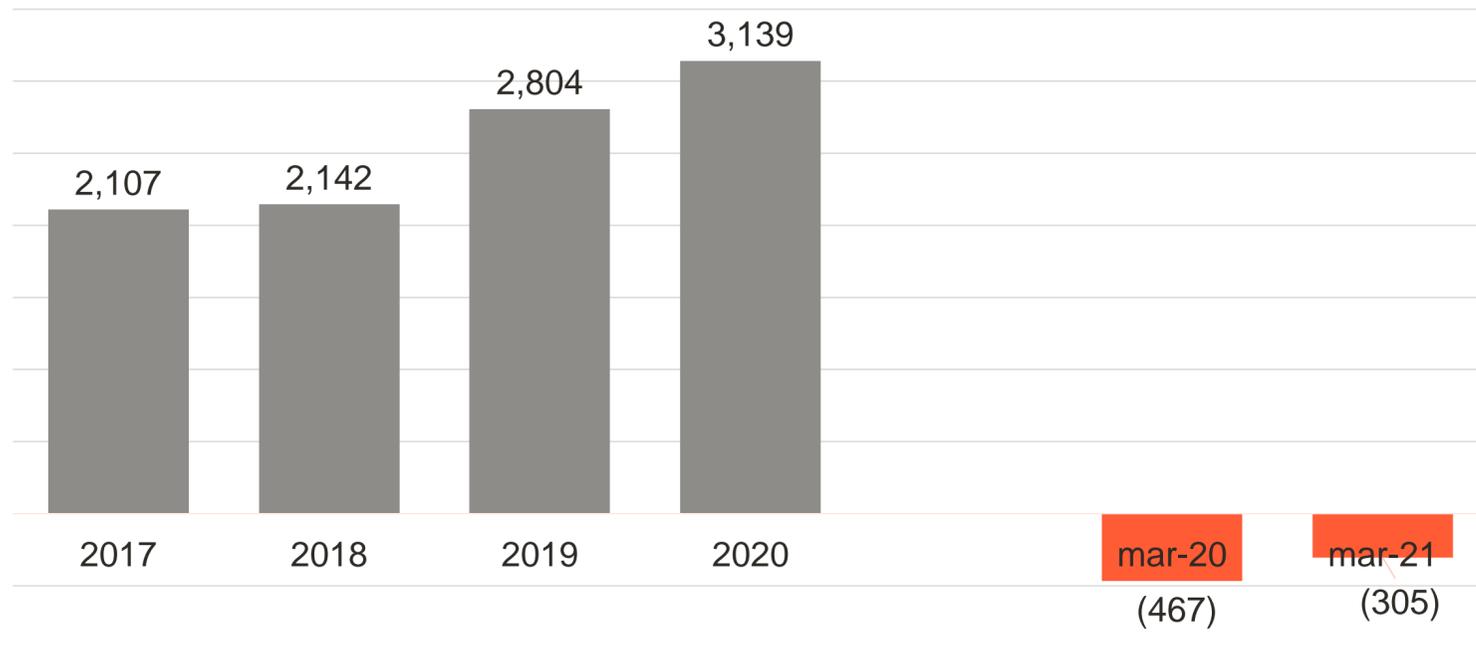
Dólar: -9,8%

Canasta CyT: -6,8%

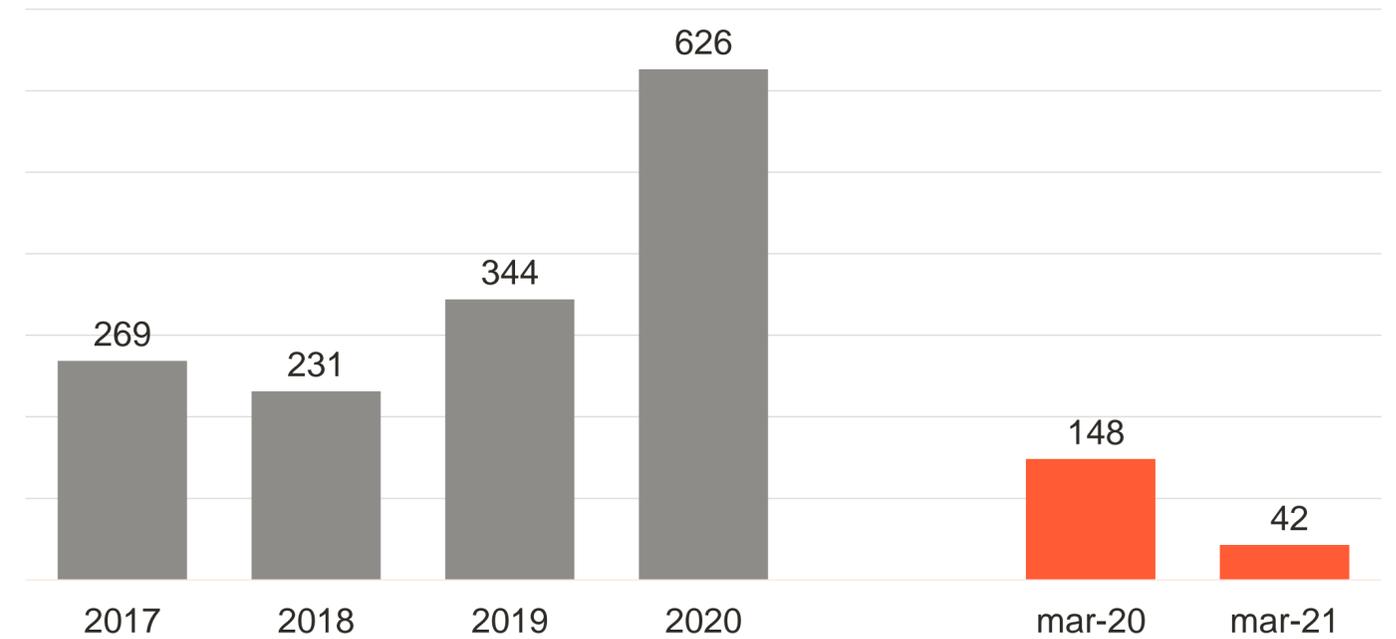
Resultado de empresas coligadas

Ch\$ MM

ALMAVIVA

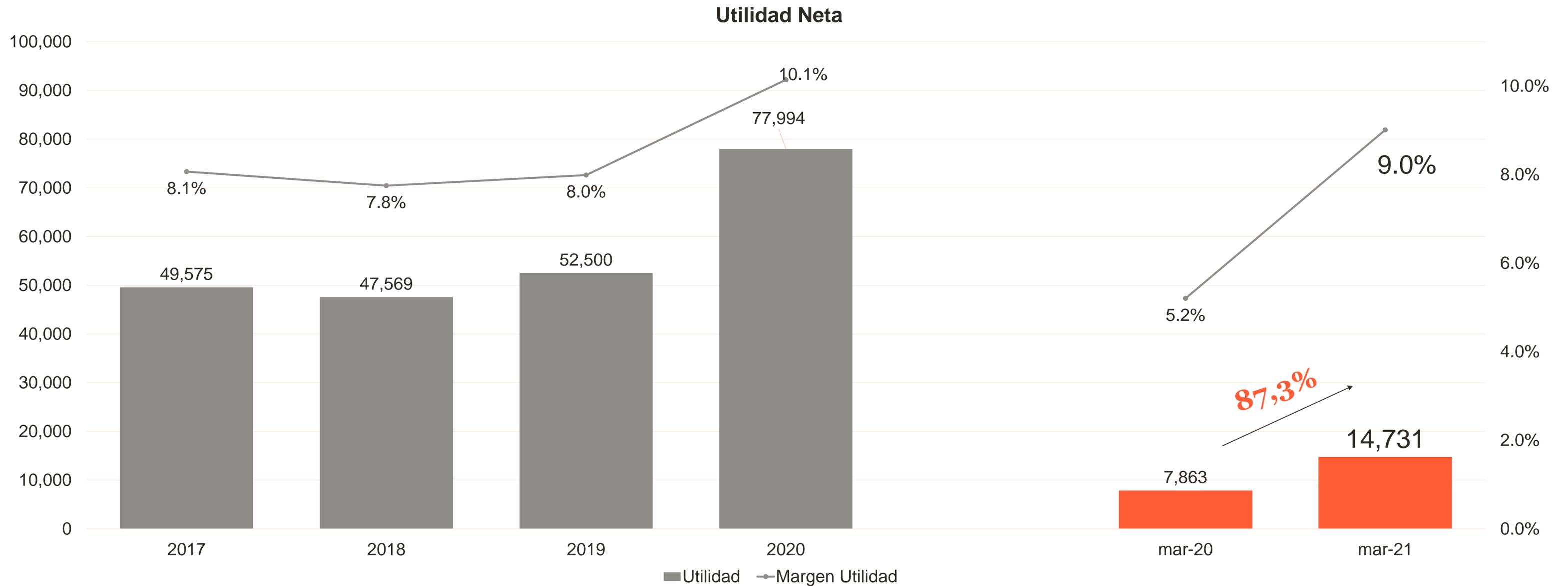


INDUSTRIA CORCHERA

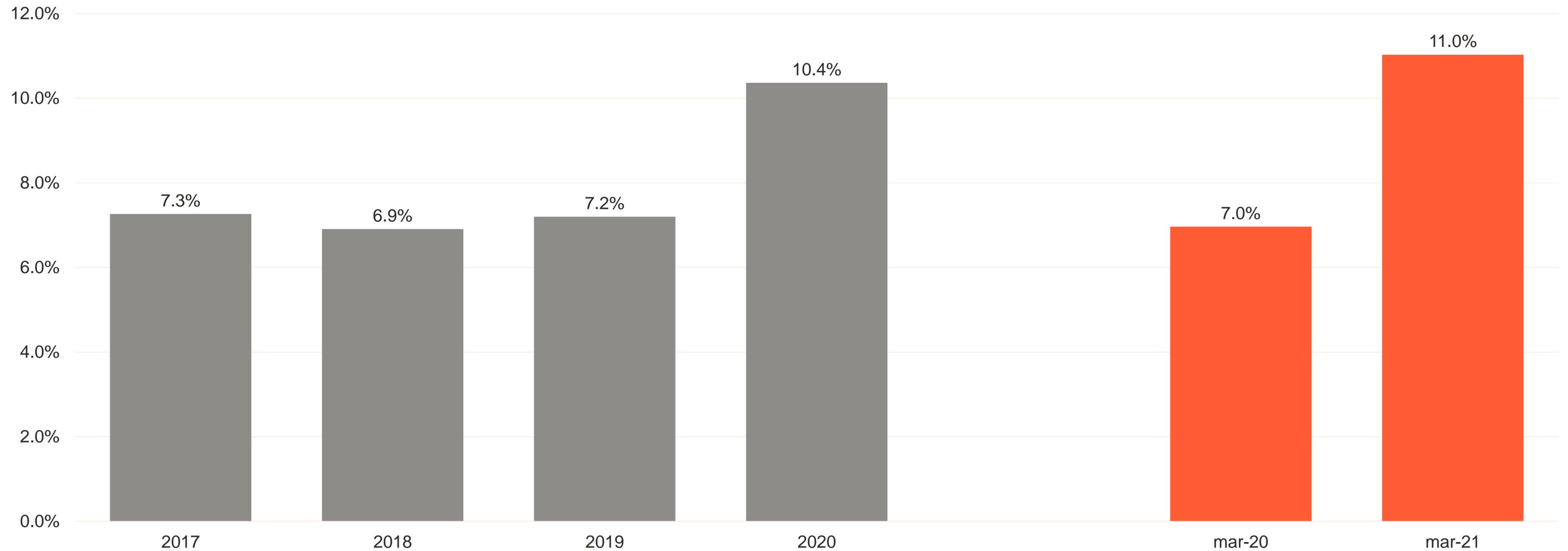


En 1T21, utilidad neta aumentó **+87,3%** y margen neto **+380bp**

Ch\$ MM



Retorno sobre el capital invertido



ROIC: $(\text{Margen Operacional} - \text{Impuestos} + \text{Diferencia de Cambio}) / (\text{Patrimonio} - \text{Otros Pasivos Financiero} - \text{Caja})$

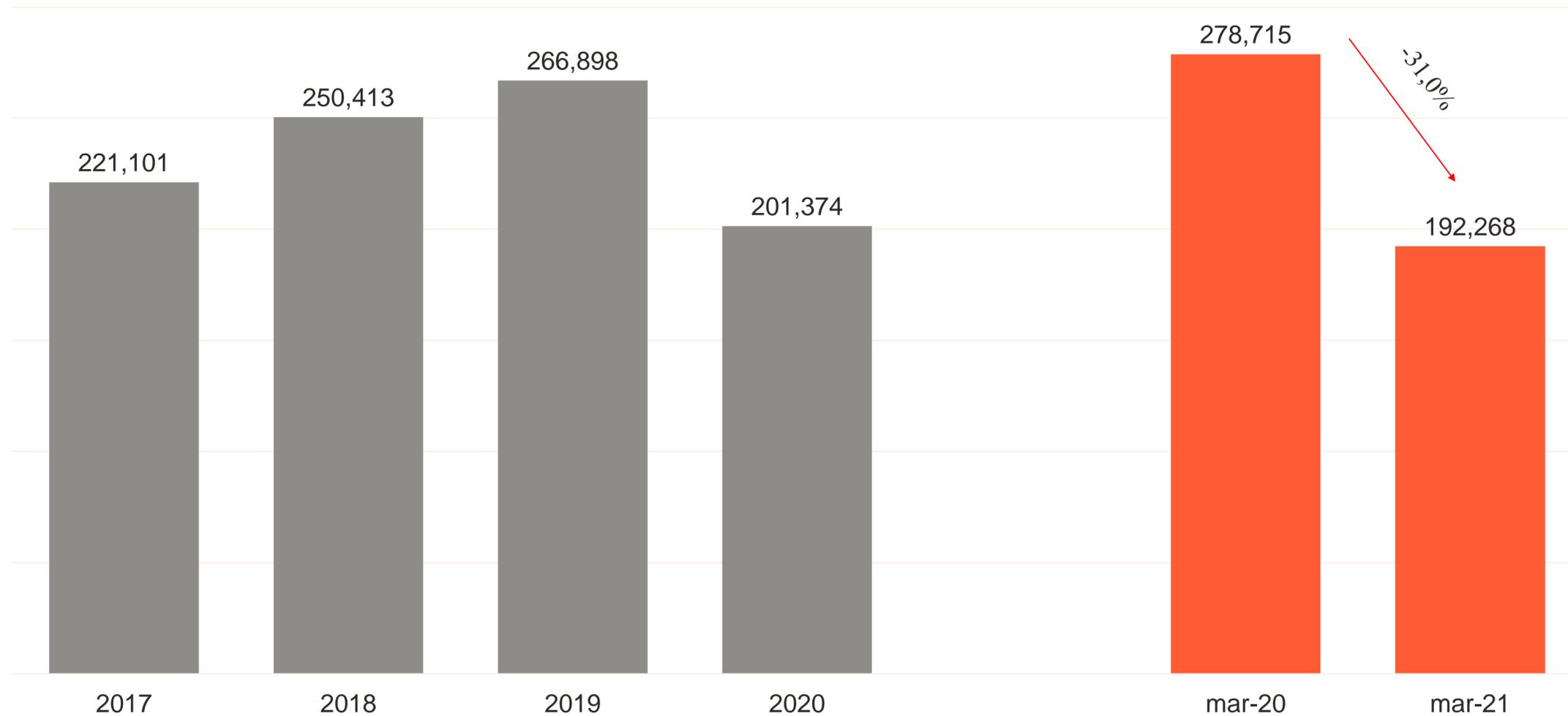
*Cuentas de Resultados corresponde a los 12 meses móviles

Ratios financieros

1. Reducción de deuda financiera neta
2. Disminución nivel de endeudamiento relativo al tamaño del patrimonio
3. Mejora sustancial de la deuda vs generación de caja

Reducción deuda financiera neta: **SOLIDEZ FINANCIERA**

Deuda Financiera Neta
en MM\$



Disminuye en:

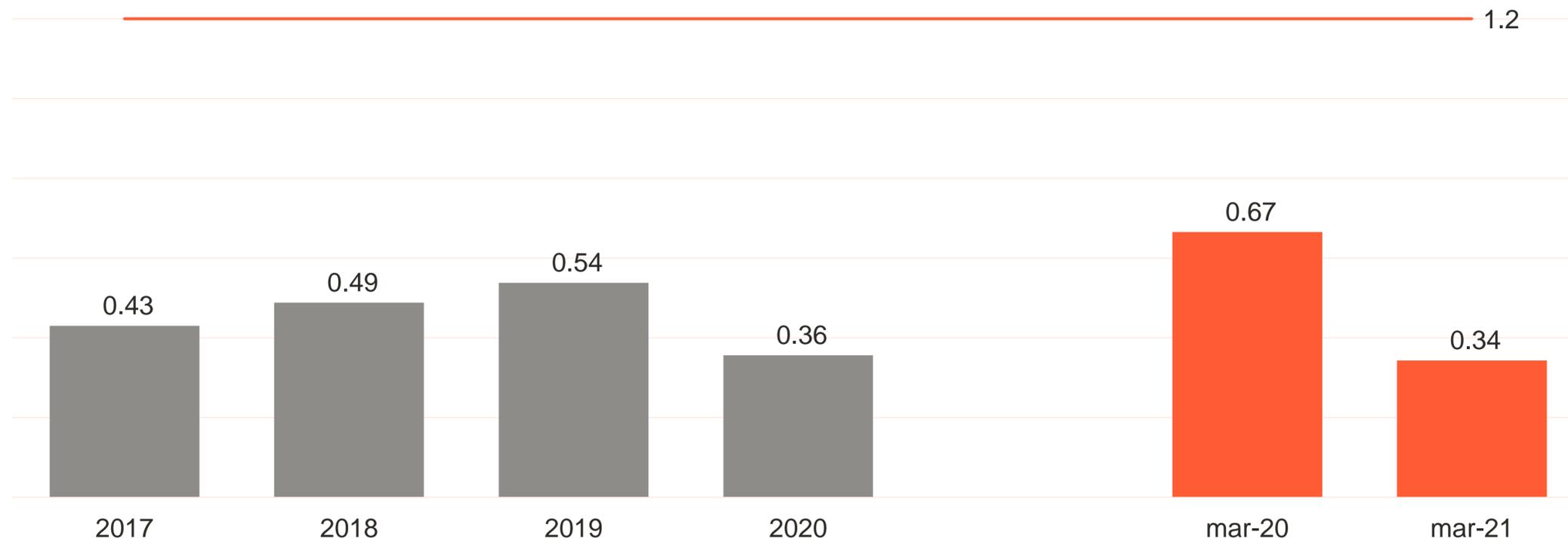
Ch\$ 86.447 MM vs Mar-20

Ch\$ 9.106 MM vs Dic-20

*Deuda Financiera Neta corresponde al Capital de la Deuda - Caja

Disminución nivel de endeudamiento relativo al tamaño del Patrimonio: **SOLIDEZ FINANCIERA**

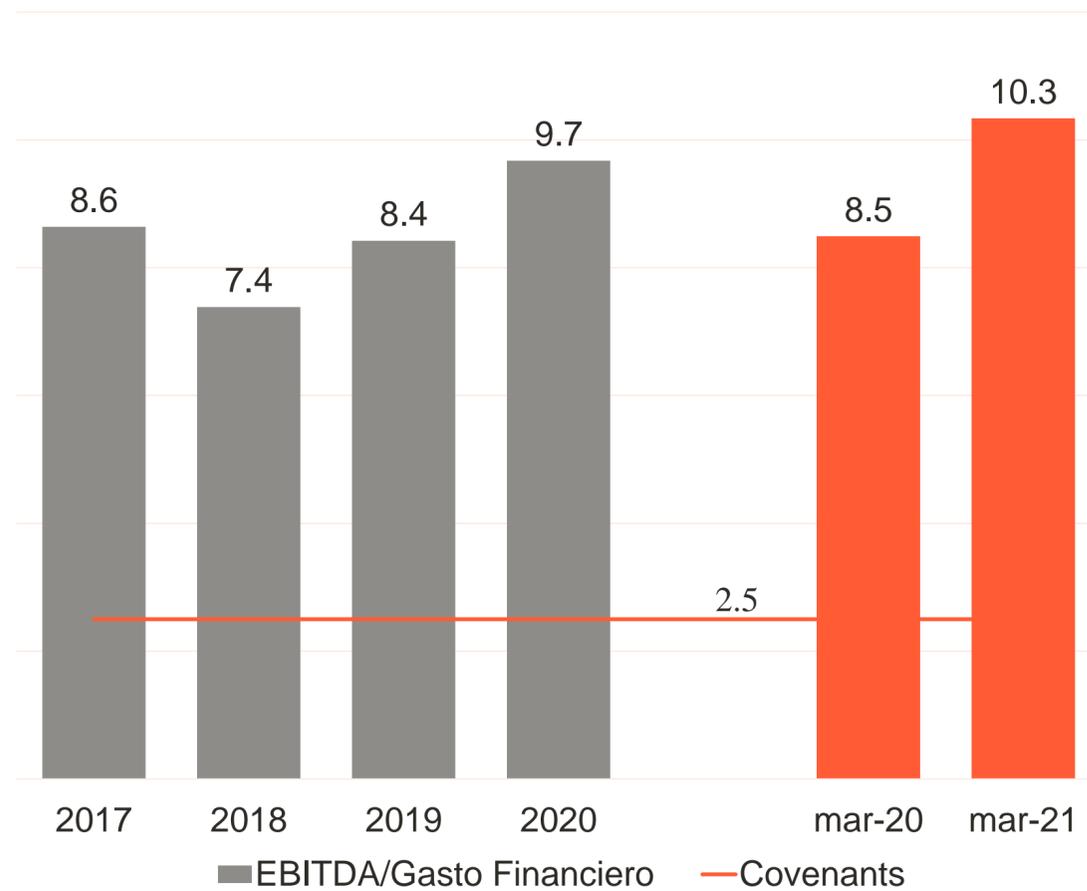
Ratio Endeudamiento Neto
(Deuda Financiera Neta/ Patrimonio)



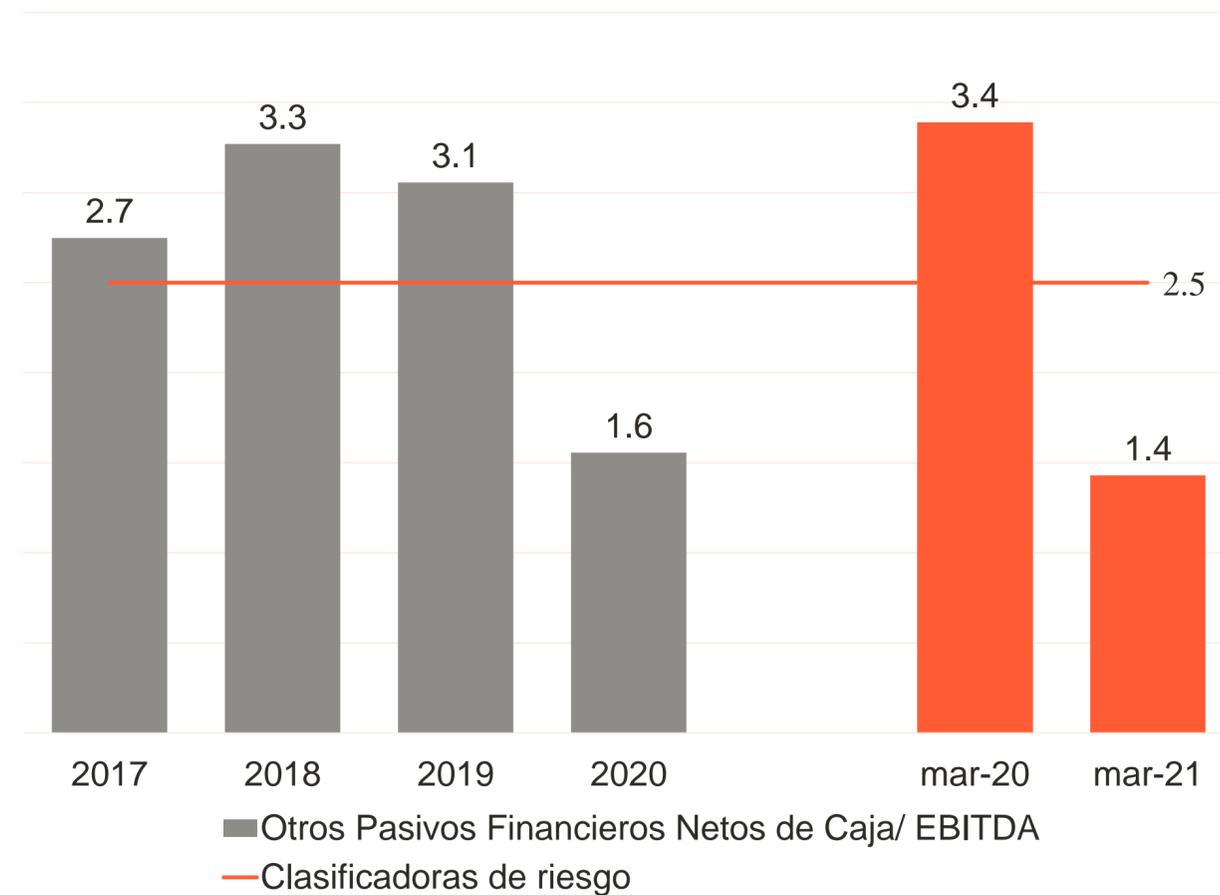
*Deuda Financiera Neta corresponde a Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes - Caja

Mejora sustancial de la deuda vs generación de caja: SOLIDEZ FINANCIERA

EBITDA/ Gastos Financieros



Deuda Financiera Neta/ EBITDA



*Deuda Financiera Neta: Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes (K + i) - Caja

04.

Sustentabilidad

Valentina Lira, *Gerente de Sustentabilidad*

La sociedad cambió



Los consumidores han transitado desde el paradigma de "buenos productos" hacia el concepto de "buenas empresas".

Motivación Inicial - 2018

En 2018, Viña Concha y Toro inicia un proceso transformador en su enfoque de negocios. En Sustentabilidad, la viña se plantea ser referente internacional en materias ESG.

Empresas B

Las Empresas B certificadas son empresas cuyo desempeño ambiental y social ha sido verificado y cumplen con los más altos estándares de gestión de la sustentabilidad y de transparencia.

~4.000

*Empresas B Certificadas
en el mundo*

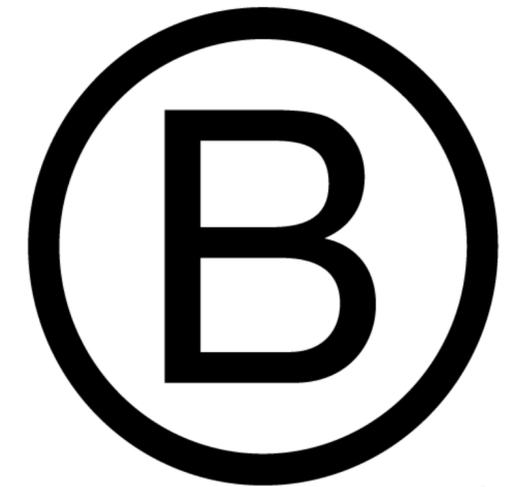
150

Industrias

74

Países

Certified



®

Corporation

4 Características de las Empresas B

Propósito

Generar valor para la sociedad, mejorando su impacto ambiental y social.

Estatutos

Adhieren a un compromiso que se expresa en el más alto nivel de gobernanza



Transparencia

Operan con estándares globales de transparencia en su gestión, a través de el acceso público a su evaluación.

Evaluación de Impacto B

Evalúan su gestión del triple impacto a través de una herramienta de desempeño estandarizada: Evaluación de Impacto B.

Evaluación de Impacto B

Etapa crucial para obtener la Certificación B Corp. Evalúa el impacto positivo de los productos (servicios) y de la empresa en 5 ámbitos:



Gobernanza



Trabajadores



Clientes



Comunidad



Medio Ambiente

Requisito de mínimo
80 puntos

Resultado EIB
Viña Concha y Toro



The B Impact Scores are being compared against all businesses that have completed the B Impact Assessment

VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —

ORGULLOSOS DE INTEGRAR
LA COMUNIDAD GLOBAL
DE EMPRESAS B

Empresa



®

Certificada

*Con cada botella de vino que ponemos en tus manos,
queremos generar un impacto positivo y contribuir a
un futuro sustentable.*

