

Empresa



Certificada

PRESENTACIÓN INVERSIONISTAS

Resultados 2Q21

VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —

AGENDA

01. DESTACADOS / Eduardo Guilisasti, CEO

02. PRINCIPALES TENDENCIAS / Blanca Bustamante, Directora IR

03. RESULTADO FINANCIERO / Osvaldo Solar, CFO

04. SUSTENTABILIDAD / Valentina Lira, Gerente Sustentabilidad

05. ANALISIS DE LA ACCIÓN/ Claudia Cavada, Head of IR

01.

Destacados

Eduardo Guilisasti, CEO

Concha y Toro tuvo, para el primer semestre, un crecimiento orgánico de 20% de las ventas en mercados externos, medido en dólares y un crecimiento orgánico del 32% para la venta en el mercado local medido en pesos.

Las ventas reportadas en pesos aumentaron un 9% a un total de \$374.000 millones, ya que el fuerte crecimiento orgánico fue parcialmente neutralizado por el impacto en el tipo de cambio.

En términos de dólares la Empresa facturó MMUS\$520, con un crecimiento del 23% respecto al año anterior.

Sumamos 100 millones de dólares más.

*En 2Q21, Viña Concha y Toro
obtuvo un margen
operacional de **16.1%**, lo que
se alinea con el objetivo de
duplicar el resultado
operacional de 2016 hasta
Ch\$140.000 millones en 2022.*

FACTORES QUE IMPACTARON NEGATIVAMENTE EL 2Q21

01

Fluctuaciones del tipo de cambio, con un -8% de caída en nuestra canasta de monedas de venta.

02

Dificultades en la industria naviera global, retardando nuestros envíos al exterior y generando un backlog de 280.000 cajas a junio 2021.

03

Incremento en algunos costos de insumos secos, principalmente en las cajas, así como mayores fletes navieros y terrestres.

FACTORES QUE IMPACTARON POSITIVAMENTE EL 2Q21

01

De acuerdo a lo previsto, fuerte recuperación de los mercados más afectados por el Covid-19 en el 2Q20. Tasa promedio de crecimiento 191% en la venta valorada en 2Q21.

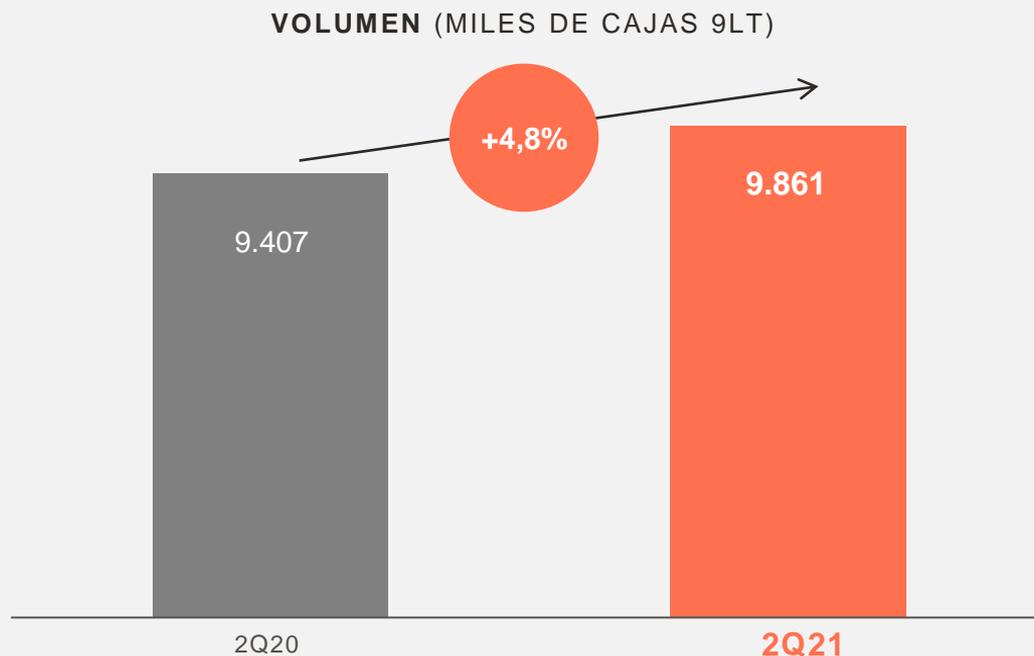
02

En línea con la estrategia, interesante crecimiento en valor de las Categorías Principal e Invest: +19%

03

Importante y sostenido crecimiento en los márgenes en las operaciones de Chile y USA.

VOLUMEN DE VENTA 2Q21



MARCAS PRINCIPAL E INVEST IMPULSAN PREMIUMIZACIÓN

% DEL VOLUMEN TOTAL



2Q21 vs. 2Q19

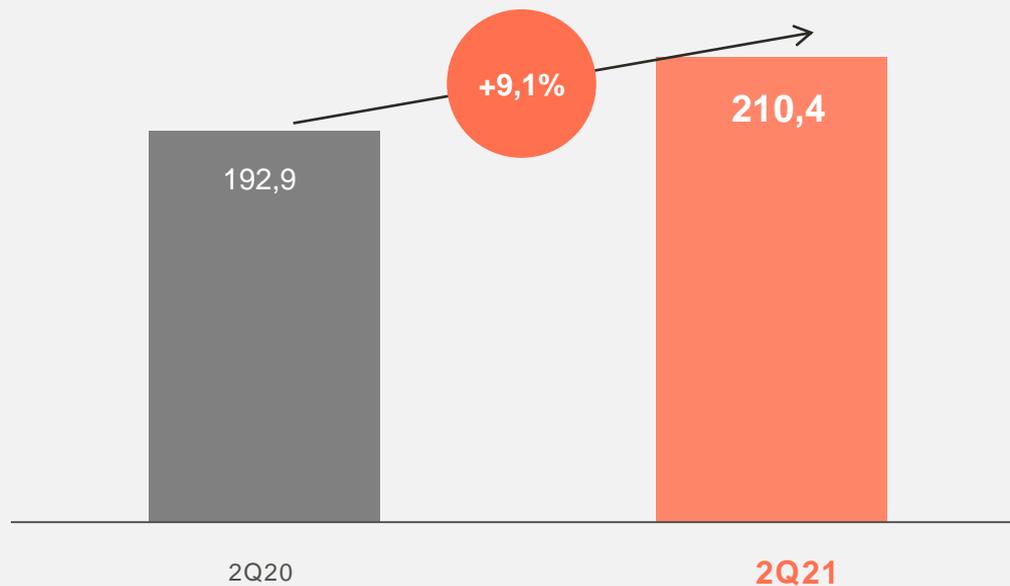
Mejora en el mix de
volumen

+670pb

desde 26,8% a 33,5%

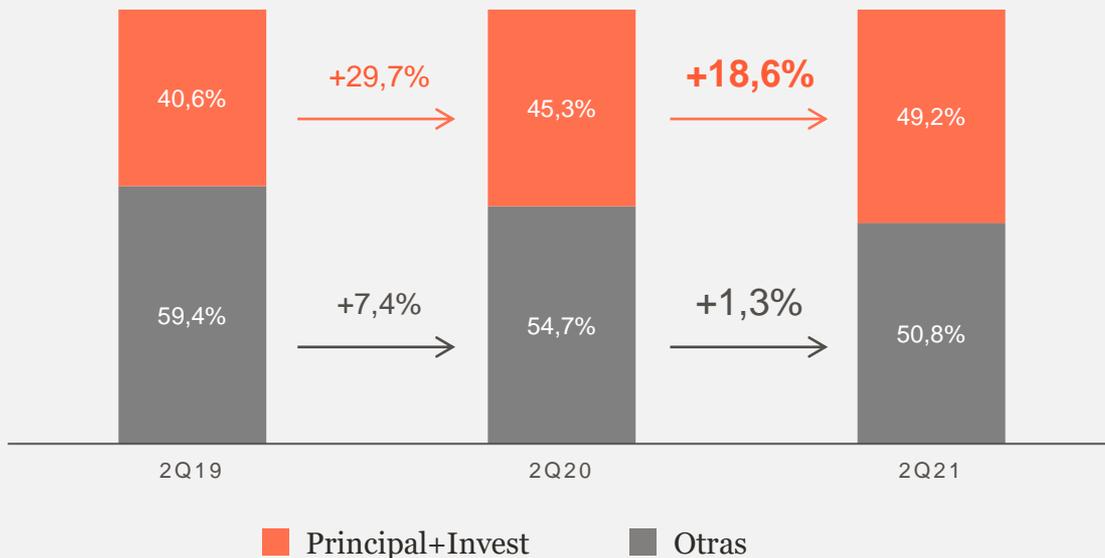
VENTA CONSOLIDADA 2Q21

VENTA NETA (MILES DE MILLONES CH\$)



MARCAS PRINCIPAL E INVEST IMPULSAN PREMIUMIZACIÓN

% EN EL VALOR DE LA
VENTA



2Q21 vs. 2Q19

Mejora en el mix de
valor

+860pb

desde 40,6% a 49,2%

MARGEN OPERACIONAL EN LÍNEA CON EL OBJETIVO 2022

(MILLONES DE CH\$)	2Q20	2Q21	% A/A
VENTA CONSOLIDADA	192.850	210.395	+9,1%
<i>COSTO DE VENTA</i>	114.362	129.214	+13,0%
<i>GAV</i>	43.820	47.546	+8,5%
RESULTADO OPERACIONAL	33.759	33.882	+0,4%
<i>MARGEN OPERACIONAL %</i>	17,5%	16,1%	

COSECHA 2021: CHILE

Volumen total (SAG): La más alta de la historia
1.340 millones de litros.

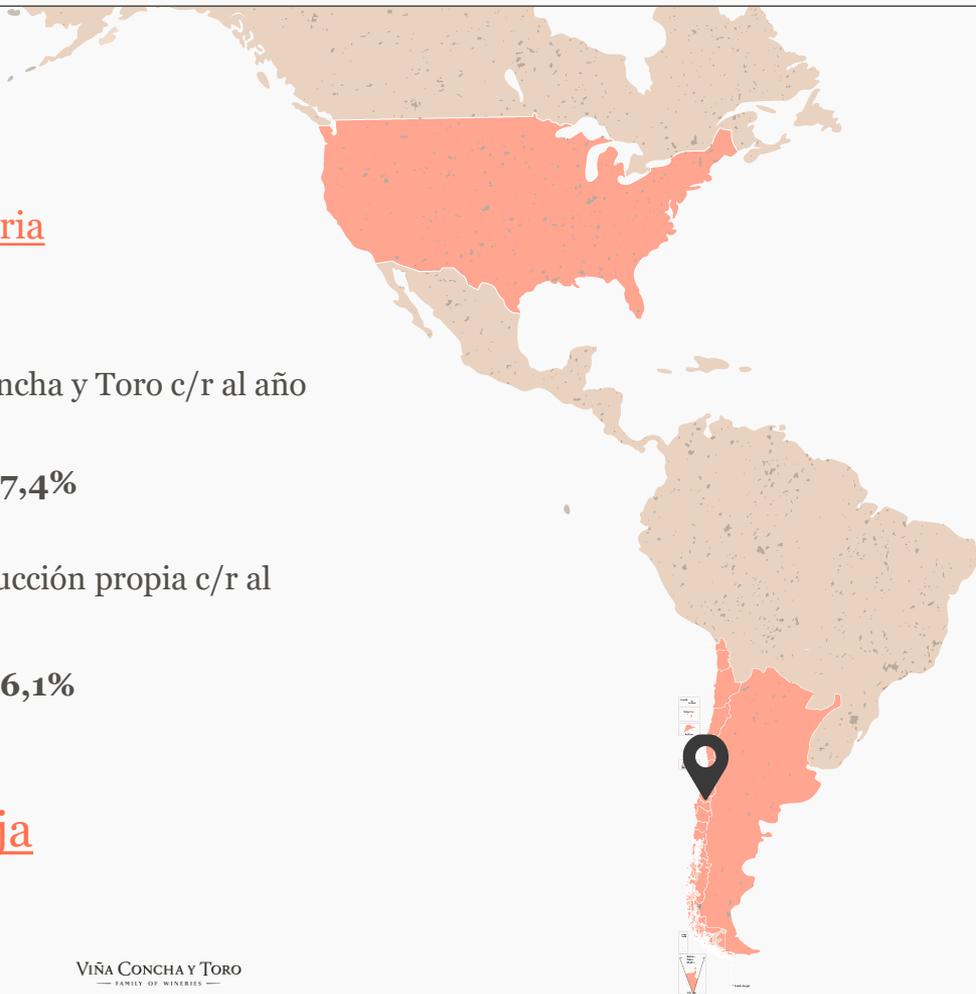
- Porcentaje estimado de crecimiento para Concha y Toro c/r al año anterior: 15% a 20%

→ **Resultado final c/r al año anterior: +27,4%**

- Porcentaje estimado de crecimiento de producción propia c/r al año anterior: 20%

→ **Resultado final c/r al año anterior: +26,1%**

CONCLUSIÓN: Costos a la baja



COSECHA 2021: ARGENTINA

- Volumen industria 2021E con respecto a cosecha 2020: +7%
- Volumen Trivento 2021: +29%

CONCLUSIÓN: Costos a la baja



NOTABLES TASAS DE CRECIMIENTOS EN VINOS SUPER PREMIUM Y ULTRA PREMIUM

(VALOR DE LA VENTA)	Q2 2021/2020	Q2 2021/2019
DON MELCHOR	+332,8%	+117,2%
MARQUES DE CASA CONCHA	+83,4%	+34,1%

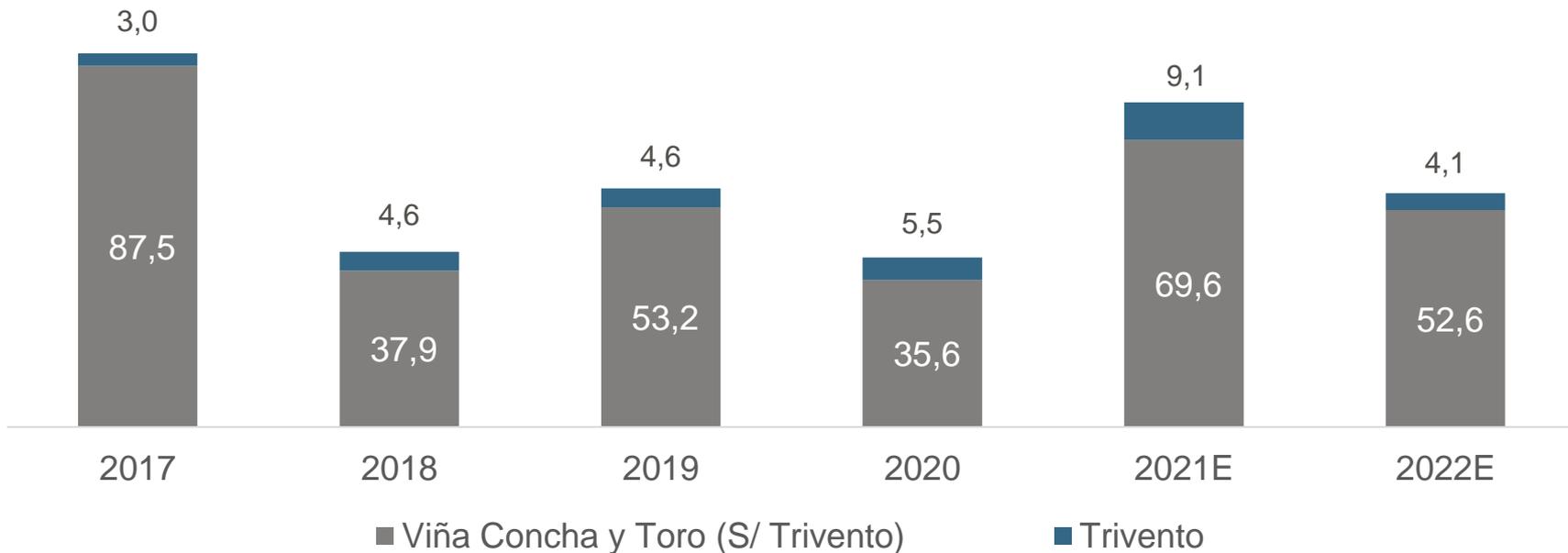
VARIACIÓN EN VENTAS EN LOS TRES PRINCIPALES MERCADOS

VALOR DE LA VENTA EN MONEDA RESPECTIVA	Q2 2021/2020	Q2 2021/2019
UK (£)	1,8%	29,5%
USA (US\$)	11,2%	11,6%
CHILE (\$)	31,7%	33,6%

*Hemos comenzado
la planificación
y objetivos
para el trienio
2023-2025*

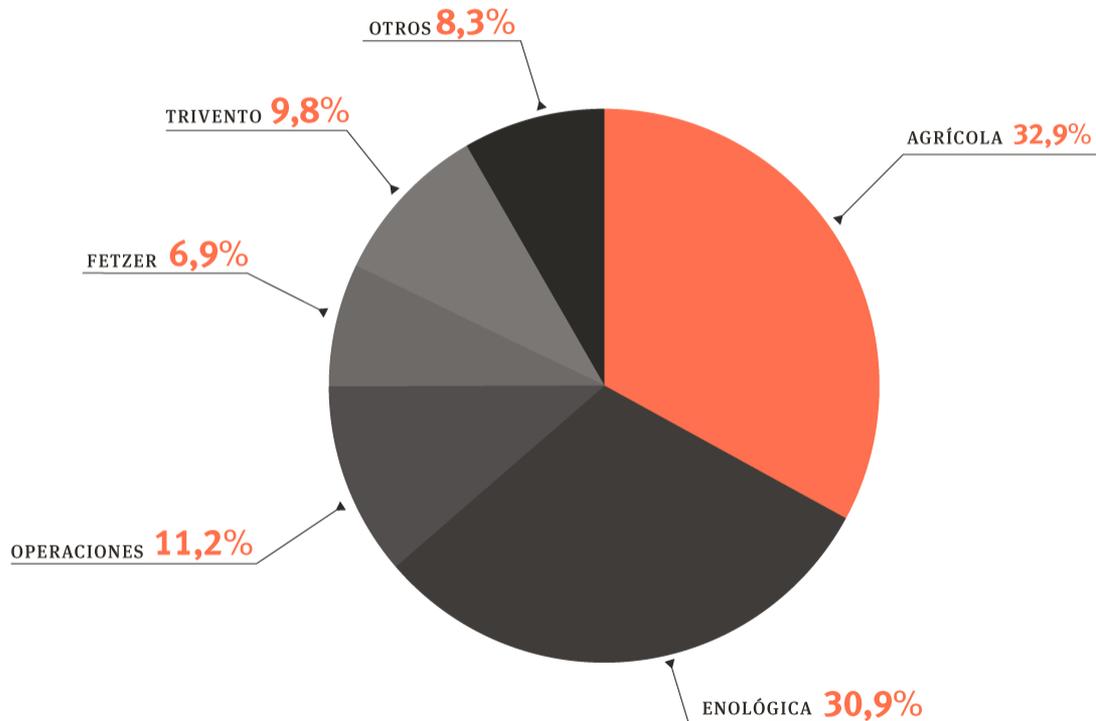
INVERSIONES PARA EL CRECIMIENTO FUTURO

(MILLONES DE USD)



*Inversiones corresponden a infraestructura y capacidad productiva.
No incluye el aumento en la propiedad de Kross en 2017, y de Excelsior en 2018 y 2019.*

CAPEX 2021- 2022E



02.

Principales Tendencias

Blanca Bustamante, Directora IR

VOLUMEN DE VENTA

VOLUMEN (MILES DE CAJAS 9LTS)	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/2Q20	2Q19	Var. 2Q21/2Q19
Mercados de Exportación	56.132	52.572	6,8%	50.681	10,8%
Chile	22.186	21.587	2,8%	20.750	6,9%
Vino	17.280	18.972	(8,9%)	18.276	(5,5%)
Cerveza y Licores	4.906	2.615	87,6%	2.474	98,3%
EE.UU.	9.658	9.163	5,4%	9.322	3,6%
Argentina	776	1.340	(42,1%)	1.167	(33,5%)
Total Volumen	88.752	84.662	4,8%	81.921	8,3%

VENTAS

VENTAS (CLP millones)	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/2Q20	2Q19	Var. 2Q21/2Q19
Mercados de Exportación	140.655	129.929	8,3%	109.194	28,8%
Chile	34.200	25.336	35,0%	24.622	38,9%
Vino	25.014	21.520	16,2%	20.158	24,1%
Cerveza y Licores	9.186	3.816	140,7%	4.464	105,8%
EE.UU.	32.530	34.926	(6,9%)	28.153	15,5%
Argentina	936	1.156	(19,0%)	1.015	(7,8%)
Otros	2.075	1.503	38,1%	2.592	(19,9%)
Total Ventas	210.395	192.850	9,1%	165.576	27,1%

FUERTE CRECIMIENTO DE LAS MARCAS PREMIUM

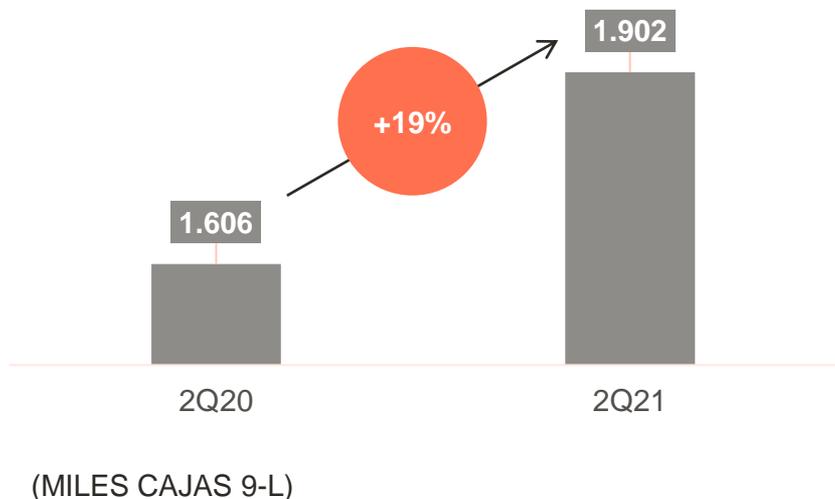
CRECIMIENTO EN VENTAS POR CATEGORÍA DE MARCA

	Valor (var. anual)	Volumen (var. anual)
Principal	13,4%	19,1%
Invest	25,5%	20,0%
Protect	(4,2%)	(2,4%)
Watch	(14,6%)	(10,4%)
Otras marcas	15,3%	4,5%
Total	9,1%	4,8%

~19%
Crecimiento en
volumen y valor de
categorías
Principal & Invest
en 2Q21

MARCAS PRINCIPAL: CASILLERO DEL DIABLO & EXTENSIONES DE LÍNEA

Fuerte crecimiento en volumen en mercados diversificados: Reino Unido, Irlanda, Chile, Brasil, EE.UU. y Corea del Sur.



12,3%
Crecimiento en valor en 2Q21

Extensiones de línea: Devil's Collection (+50%), Reserva Privada (+53%) y Reserva Especial (+26%)

**CAMPAÑA GLOBAL
CREACIÓN DE VALOR –
INNOVADORA –
INCREMENTAR LA
RECORDACIÓN DE
MARCA**



MARCAS INVEST: CRECIMIENTO DE +20% EN VOLUMEN Y +25% EN VALOR

DIABLO

MARQUES DE
CASA CONCHA

DON
MELCHOR

CONO SUR
BICICLETA

CONO SUR
ORGANICO

TRIVENTO
RESERVE

1000
STORIES

BONTERRA



2Q21

CRECIMIENTO
EN VOLUMEN

174%

79%

306%

4%

58%

20%

29%

23%

2Q21 Diversificación de mercados lleva a un crecimiento sostenido

VENTAS POR MERCADOS	% DE VENTAS	VALOR vs 2Q20	VOLUMEN vs 2Q20
MERCADOS A			
Reino Unido	24,6%	(0,4%)	(4,7%)
Chile	17,2%	35,0%	2,8%
EE.UU.	15,5%	(6,9%)	5,4%
Países nórdicos	5,0%	(4,6%)	(6,9%)
Brasil	9,1%	20,2%	19,7%
México	3,5%	5,0%	(0,6%)
China	2,4%	264,6%	306,6%
Canadá	2,8%	(1,7%)	(8,0%)
Japón	2,8%	(40,5%)	(33,7%)
Total A	82,8%	6,0%	1,2%
Total B	10,5%	17,6%	16,3%
Total C	6,8%	45,9%	36,9%
Consolidado	100,0%	9,1%	4,8%

VALOR vs 2Q19	VOLUMEN vs 2Q19
47,4%	17,6%
38,9%	6,9%
15,5%	3,6%
26,2%	12,1%
56,0%	71,3%
31,0%	19,9%
(9,6%)	(16,4%)
10,8%	(9,5%)
(40,5%)	(31,9%)
29,6%	11,3%
43,8%	16,6%
(11,1%)	(19,8%)
27,1%	8,3%

03.

Resultado Financiero

Oswaldo Solar, CFO

Resultado Financiero

AGENDA

1. Margen Operacional y Margen EBITDA
2. Resultado No Operacional
 - 1.1 Gastos financieros y diferencia de cambio
 - 1.2 Diversificación de Monedas
 - 1.3 Empresas Coligadas
3. Utilidad Neta
4. Ratios Financieros
 - 4.1 Retorno sobre el capital invertido
 - 4.2 Deuda Financiera Neta
 - 4.3 Ratios de endeudamiento

Resultado Financiero

AGENDA

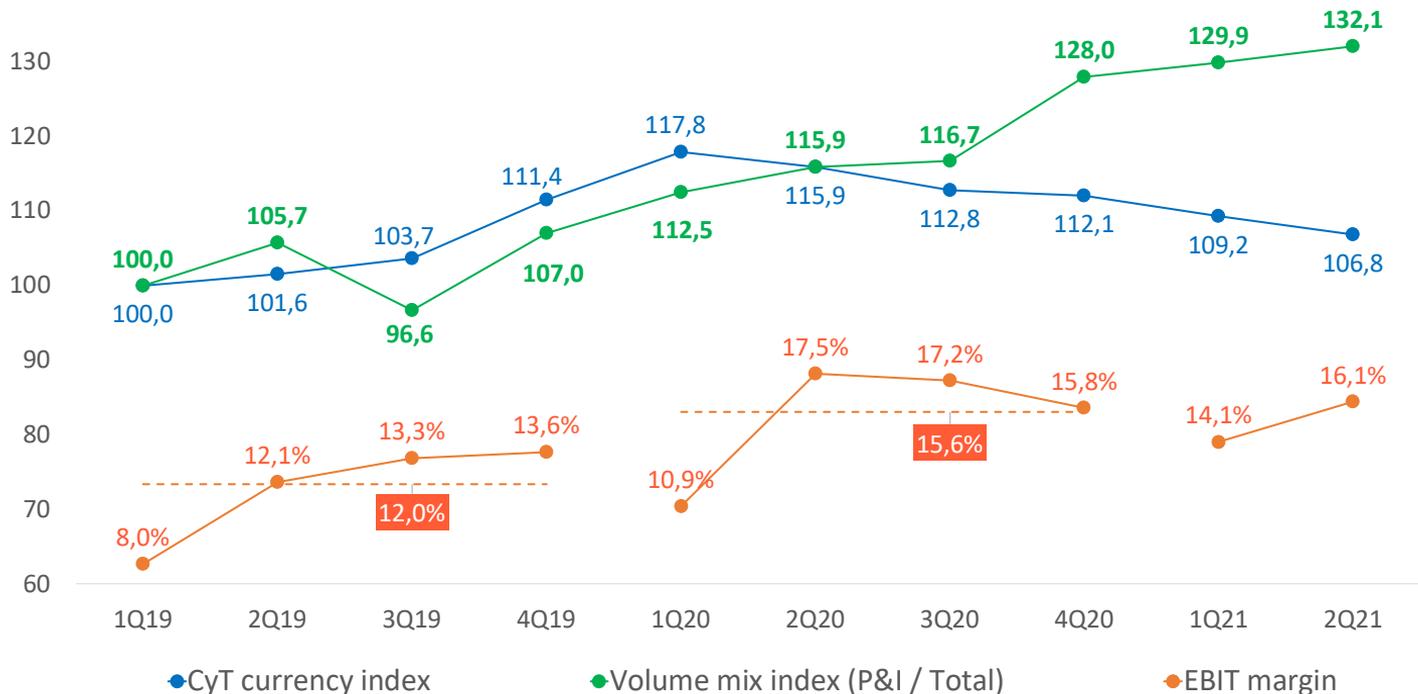
- I. **Margen Operacional y Margen EBITDA**
- II. Resultado No Operacional
 - 1. Gastos financieros y diferencia de cambio
 - 2. Diversificación de Monedas
 - 3. Empresas Coligadas
- III. Utilidad Neta
- IV. Ratios Financieros
 - 1. Retorno sobre el capital invertido
 - 2. Deuda Financiera Neta
 - 3. Ratios de endeudamiento

En 2Q21, el EBIT generó un margen de **16,1%**

- 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 0,4% y el margen EBIT alcanzó el 16,1%.

Ch\$ millones	2Q21	2Q20	Var%
GANANCIA BRUTA	81.182	78.488	3,4%
MARGEN BRUTO	38,6%	40,7%	(210 pb)
GAV	47.546	43.820	8,5%
GAV / VENTAS	(22,6%)	(22,7%)	10 pb
OTROS INGRESOS, GASTOS	247	(909)	
RESULTADO OPERACIONAL	33.882	33.759	0,4%
MARGEN OPERACIONAL	16,1%	17,5%	(140 pb)

Mix de Venta, Tipo de Cambio: Margen EBIT 16,1%



En **2Q21**,
el EBITDA aumentó
2,5% con un margen
de un **20,1%**

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

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%	17,3%	17,8%	16,4%
2020	14,8%	21,4%	20,7%	19,3%	19,3%
2021	17,9%	20,1%			

(*) Cifras ajustadas en trimestres anteriores para explicar partidas no recurrentes relacionadas con el proceso de reestructuración.

Resultado Financiero

AGENDA

- I. Margen Operacional y Margen EBITDA
- **II. Resultado No Operacional**
 - 1. Gastos financieros y diferencia de cambio**
 - 2. Diversificación de Monedas**
 - 3. Empresas Coligadas**
- III. Utilidad Neta
- IV. Ratios Financieros
 - 1. Retorno sobre el capital invertido
 - 2. Deuda Financiera Neta
 - 3. Ratios de endeudamiento

RESULTADOS NO OPERACIONALES

(Ch\$ millones)	2Q21	2Q20	Var(%)	Var \$
Gastos Financieros Netos (*)	(2.234)	(3.613)	(38,2%)	1.379
Diferencias de cambio	(275)	(1.589)	(82,7%)	1.314
Empresas Coligadas (**)	(163)	(54)	200,6%	(109)
Resultado no operacional	(2.672)	(5.256)	(49,2%)	2.584

(*) Gtos Financiero Neto = Ingresos Financieros; Costos Financieros y Resultado por unidades de reajuste

(**) Participación en ganacia de asociadas y negocios conjuntos.

2.1 GASTOS FINANCIEROS Y DIFERENCIAS DE CAMBIO

→ Gastos Financieros bajando de acuerdo a disminución de deuda

El resultado no operacional mejora en MM\$ 2.584 por:

- Menor gasto financiero neto por **MM\$ 1.410**
- Menor pérdida por diferencia de cambio de **MM\$ 1.314**.

→ Factores a destacar:

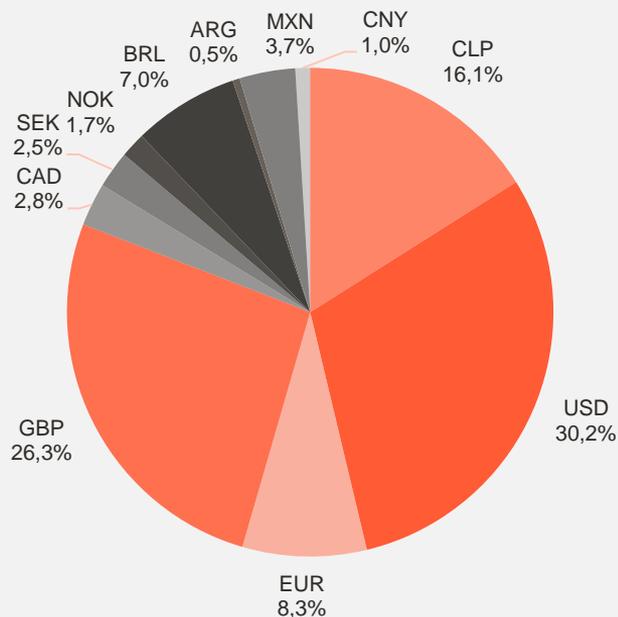
- Menor deuda financiera neta promedio en el trimestre por **MM\$ 75.879**
- Disminución de tasas de interés promedio en USD (1,9% vs 2,5%).
- Efecto positivo, inflación pactada de 2,76% vs 3,8% (12 meses).

Impacto estimado de **MM\$ 2.008** anual

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

2.2 DIVERSIFICACIÓN DE MONEDAS

DIVERSIFICACIÓN MONEDAS DE FACTURACIÓN
PRIMER SEMESTRE 2021



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

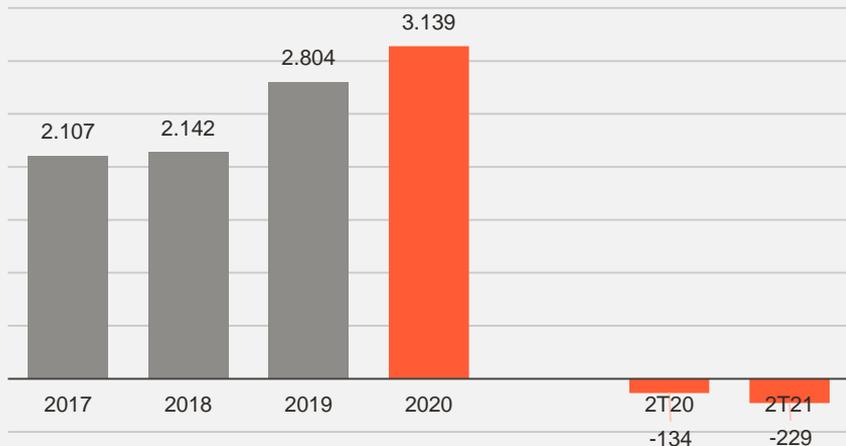
2Q21

Dólar: -12,9%

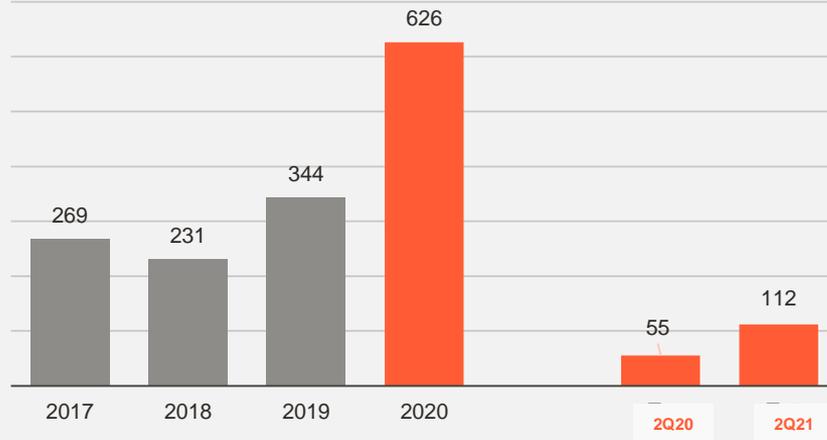
Canasta CyT: -7,8%

2.3 RESULTADO DE EMPRESAS COLIGADAS: Almaviva Ch\$ -229 MM y Corchera Ch\$112 MM

ALMAVIVA



INDUSTRIA CORCHERA



Resultado Financiero

AGENDA

- I. Margen Operacional y Margen EBITDA
- II. Resultado No Operacional
 - 1. Gastos financieros y diferencia de cambio
 - 2. Diversificación de Monedas
 - 3. Empresas Coligadas

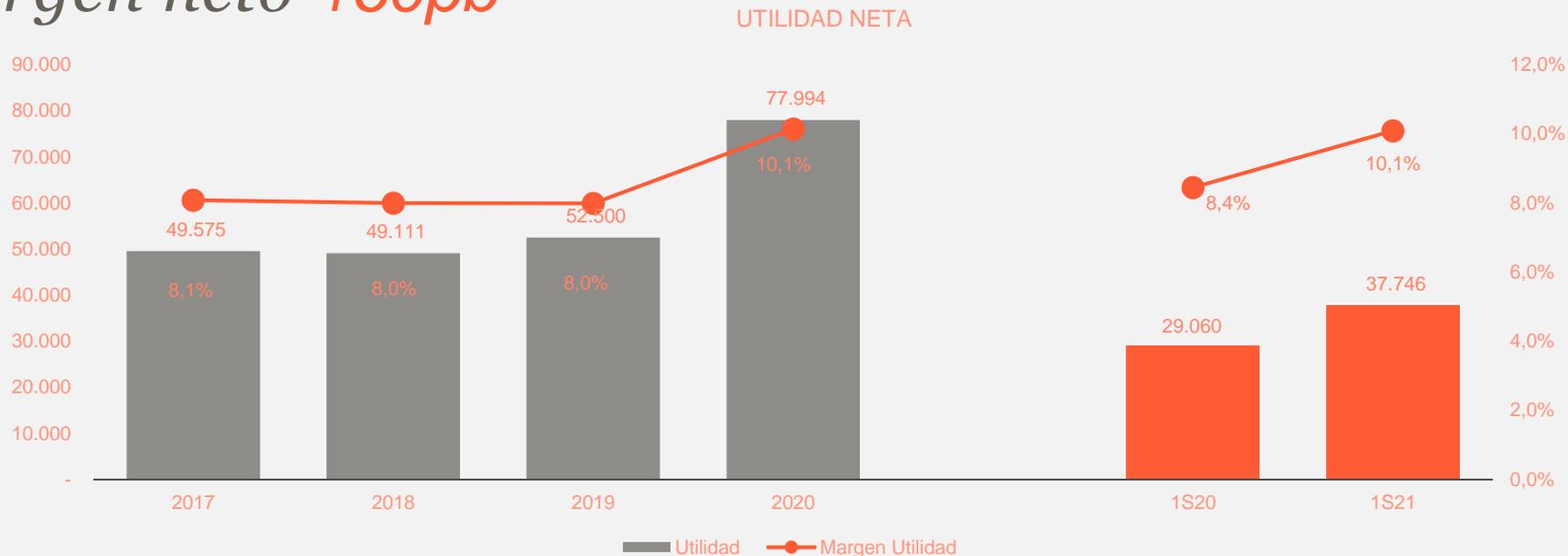
III. Utilidad Neta

- IV. Ratios Financieros
 - 1. Retorno sobre el capital invertido
 - 2. Deuda Financiera Neta
 - 3. Ratios de endeudamiento

RESULTADOS 2Q21 : UTILIDAD NETA

(Ch\$ millones)	2Q21	2Q20	Var(%)	Var \$
Ingresos	210.395	192.850	9,1%	17.546
Ganancia Bruta	81.182	78.488	3,4%	2.694
GAV	47.546	43.820	8,5%	3.727
Resultado Operacional	33.882	33.759	0,4%	123
Resultado No Operacional	(2.672)	(5.256)	(49,2%)	2.584
Utilidad Neta	23.015	21.198	8,6%	1.817

En 1H21, la utilidad neta aumentó **+29,9%** y margen neto **160pb**



Resultado Financiero

AGENDA

- I. Margen Operacional y Margen EBITDA
- II. Resultado No Operacional
 - 1. Gastos financieros y diferencia de cambio
 - 2. Diversificación de Monedas
 - 3. Empresas Coligadas

III. Utilidad Neta

-  **IV. Ratios Financieros**
- 1. Retorno sobre el capital invertido**
 - 2. Deuda Financiera Neta**
 - 3. Ratios de endeudamiento**

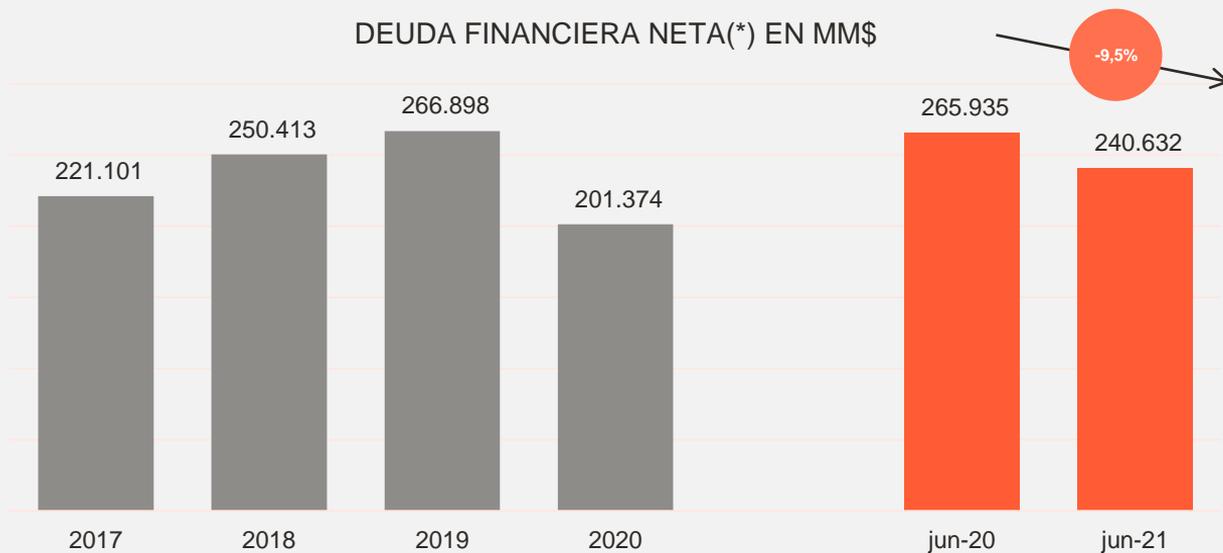
4.1 RETORNO SOBRE EL CAPITAL INVERTIDO



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

4.2 REDUCCIÓN DEUDA FINANCIERA NETA: SOLIDEZ FINANCIERA



Disminuye en:

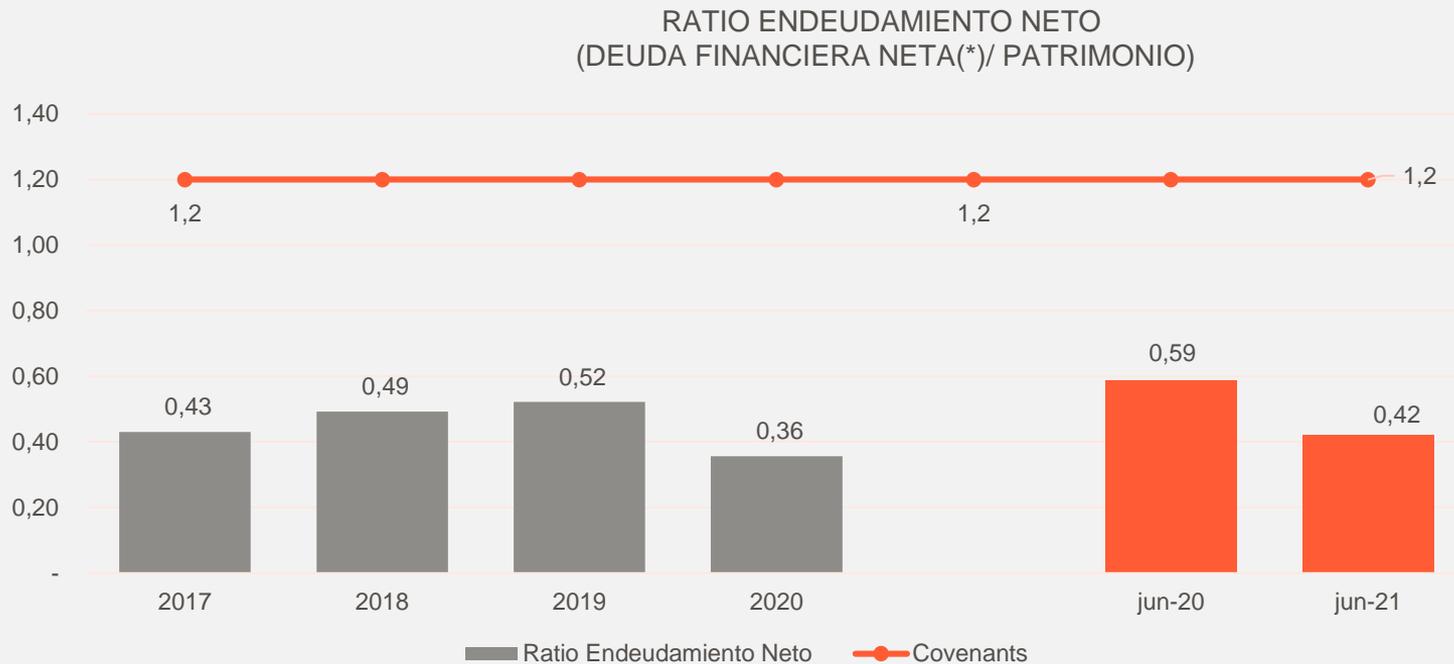
Ch\$ 25.304 MM vs Jun-20

Aumenta en:

Ch\$ 39.258 MM vs Dic-20

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

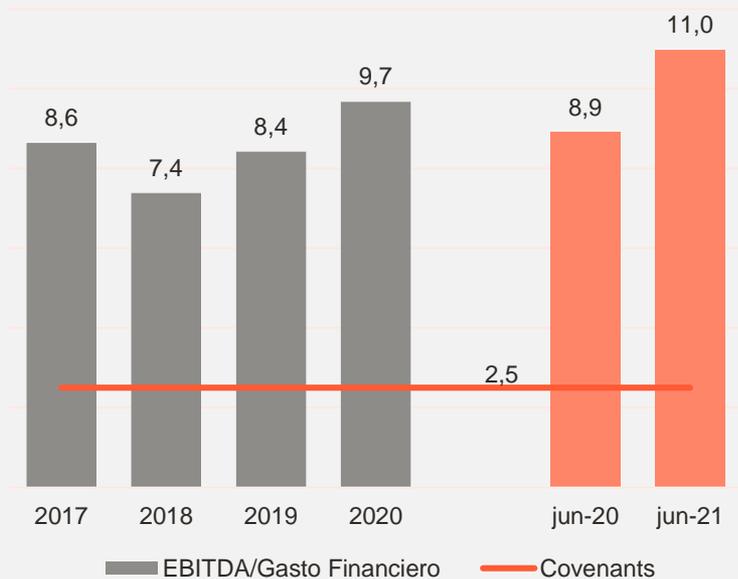
4.2 DISMINUCIÓN NIVEL DE ENDEUDAMIENTO RELATIVO AL TAMAÑO DEL PATRIMONIO: SOLIDEZ FINANCIERA



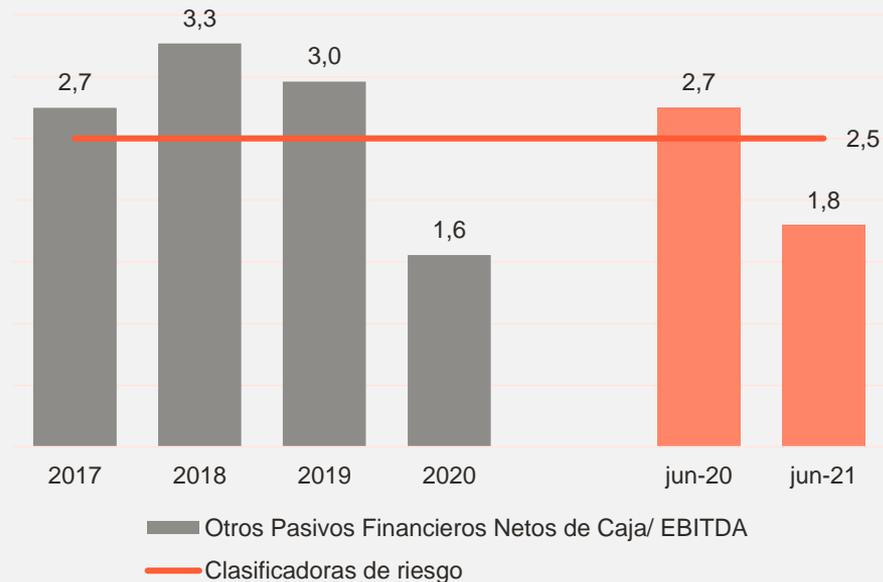
*Deuda Financiera Neta corresponde a Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes - Caja

4.3 MEJORA SUSTANCIAL DE LA DEUDA VS GENERACIÓN DE CAJA: SOLIDEZ FINANCIERA

EBITDA / GASTOS FINANCIEROS



DEUDA FINANCIERA NETA/ EBITDA



04.

Sustentabilidad

Valentina Lira, Gerente Sustentabilidad

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA 2020

Viña Concha y Toro emite anualmente su Reporte de Sustentabilidad, considerando la gestión realizada en esta materia en sus 3 orígenes productivos: Chile, Argentina y Estados Unidos

- 8° Reporte consecutivo.
- Metodología internacional de los Estándares Global Reporting Initiative - GRI, versión “exhaustiva”.
- Verificado por tercera parte independiente (AENOR, 2020)





Basado en los 6 pilares de la Estrategia de Sustentabilidad, la cual está estructurada con visión de stakeholders y es monitoreada anualmente en su cumplimiento de objetivos y metas

Generar impacto positivo con cada botella de vino que ponemos en tus manos



Pilar Estratégico

NUESTRO AMBIENTE

Utilizamos nuestros recursos con responsabilidad e incorporamos un enfoque regenerativo para mantener y mejorar las condiciones de nuestro ambiente.



CAMBIO CLIMÁTICO

Huella de Carbono

- 14%

Reducción emisiones holding
desde 2017



A G U A

Huella Hídrica

- 48%

Promedio de la industria

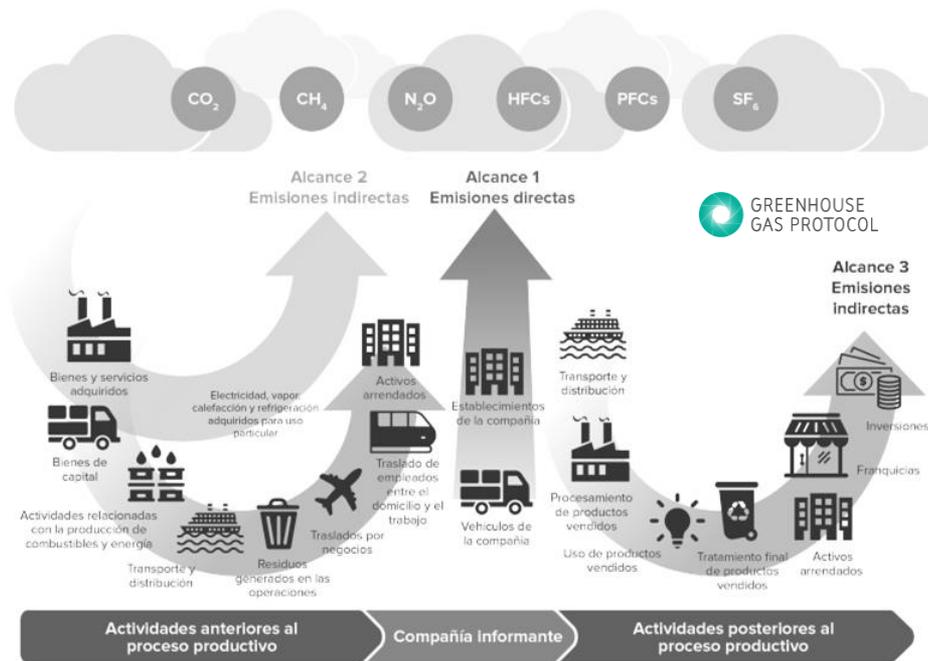
CAMBIO CLIMÁTICO

15 AÑOS DE GESTIÓN CLIMÁTICA

Viña Concha y Toro mide su Huella de Carbono anualmente desde 2007, cuyos resultados son verificados por una tercera parte independiente (Deloitte).

Metodología: GhG Protocol

- Las emisiones consideran el 100% de Scope 1 y 2 y el 88% de Scope 3 (Chile).





EMISIONES DE CO₂

INDICADOR CLAVE DE CAMBIO CLIMÁTICO

- **Mientras el volumen de venta del holding se incrementó un 4,6% entre 2019 y 2020, las emisiones de CO₂ bajaron un 3,8%.**
- **Desde 2017**, las emisiones holding se han reducido en un 14%. Además, la intensidad de emisiones por C9L se ha reducido en un 15%, lo cual da cuenta de mayor eficiencia.
- **En la operación de Chile**, las emisiones se han reducido en un 19% desde 2017, principalmente por mejora del mix de energía, gases refrigerantes y embalajes.

	2017	2018	2019	2020	%
EMISIONES GLOBALES (Miles de tCO₂e)					
Scope 1 y 2	71,9	56,6	54,2	46,9	
Scope 3*	241,0	219,1	226,6	223,2	
*Cobertura	86%	88%	87%	88%	
TOTAL	312,9	275,6	280,8	270,1	-14%

	2017	2018	2019	2020	%
INTENSIDAD DE EMISIONES (kgCO₂e/C9L)					
Scope 1 y 2	2,06	1,77	1,65	1,34	
Scope 3	8,04	7,58	7,79	7,26	
TOTAL	10,1	9,4	9,4	8,6	-15%
Botella (750cc)	0,84	0,78	0,79	0,72	

	2017	2018	2019	2020	%
EMISIONES CONCHA Y TORO (Miles de tCO₂e)					
Scope 1 y 2	57,5	43,5	42,4	36,0	
Scope 3	213,4	182,9	196,1	182,3	
TOTAL	271,0	226,4	238,5	218,3	-19%

AGUA

Viña Concha y Toro mide su Huella Hídrica anualmente desde 2010, la cual es verificada por tercera parte independiente.

Metodología: Water Footprint Network.

Adicionalmente, la compañía reporta sus **Consumos de Agua** para el 100% de sus operaciones productivas (desde riego de viñedos hasta embotellación).



Cultivo y Cuidado
de las Vides



Vendimia y
Vinificación



Embotellado
y Envasado



Distribución



HUELLA HÍDRICA 2020

Water Footprint

HUELLA ECOLÓGICA DEL AGUA

Cantidad de agua necesaria para producir un bien, considerando todas las fuentes posibles de agua:

- **Huella Azul (Directa):** Subterránea, Superficial, Potable propia y contenida en insumos de terceros.
- **Huella Verde (Indirecta):** Lluvia, humedad del aire y suelo.
- **Huella Gris (Restauración Ecológica):** Volumen de agua necesaria para la neutralización de contaminantes.

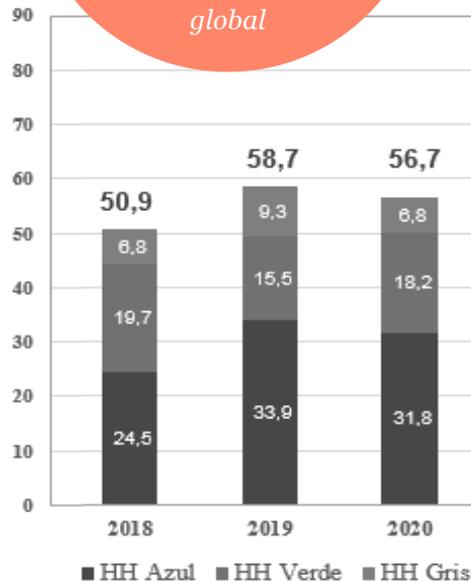
La Huella Hídrica promedio de la industria del vino es de **109 lt /copa**.

Fuente: Water Footprint Network, 2020.

56,7
Litros por
copa 125cc

48%

Menor Huella
Hídrica que el
promedio de la
industria
vitivinícola a nivel
global



CONSUMO DE AGUA 2020

USO DIRECTO DE AGUA EXTRAÍDA

Agua Municipal

0,3%

Se destina a las instalaciones y principalmente consumo humano



Agua Subterránea

60%

Se destina en un 95% a riego de viñedos y en un 5% a instalaciones de producción (Bodegas y Plantas)

44,4

Millones de m³
Consumidos
durante 2020 en
los 3 orígenes
productivos

Agua Superficial

40%

Se destina en su totalidad a riego de viñedos

Corresponde a una fracción de la Huella Azul, ya que se trata de metodologías diferentes.

303-3
303-5

CONSUMO DE AGUA

INDICADOR CLAVE DE EFICIENCIA HÍDRICA

- Mientras el volumen de venta del holding se incrementó un 4,6% entre 2019 y 2020, el consumo de agua se incrementó en 2,6%.
- El consumo de agua del holding se verifica principalmente en riego de viñedos (98%).
- La intensidad de agua en procesos de vinificación, envasado y consumo humano, corresponde a 2,6 lt/botella de 750 cc.

	2019	2020	%
CONSUMO DE AGUA (Mill m³)			
Riego Viñedos	42,3	43,3	98%
Operacional + C.Humano	0,9	1,1	2%
TOTAL	43,3	44,4	2,6%
Ventas C9L	33,50	34,96	+4,6%

INTENSIDAD DE CONSUMO (C9L)			
Riego Viñedos	1,26	1,24	
Operacional + C.Humano	0,03	0,03	
TOTAL	1,29	1,27	-1,7%

INTENSIDAD DE CONSUMO (Bot 750cc)			
Riego Viñedos	105,35	103,32	
Operacional + C.Humano	2,34	2,56	
TOTAL	107,69	105,87	-1,7%



*El Reporte de Sustentabilidad
2020, responde **140 Indicadores**
estandarizados bajo metodología
GRI:*

1. Contenidos Generales (56)

- Perfil y Estrategia de la Compañía (15)
- Ética y Gobernanza (24)
- Prácticas de Reportería (13)
- Grupos de interés (4)

2. Contenidos Específicos (82)

- Aspectos Económicos (17)
- Indicadores Ambientales (32)
- Desempeño Social (35)

El documento en su versión completa se encuentra en el sitio web:
<https://vinacyt.com/nuestros-pilares/sustentabilidad/>

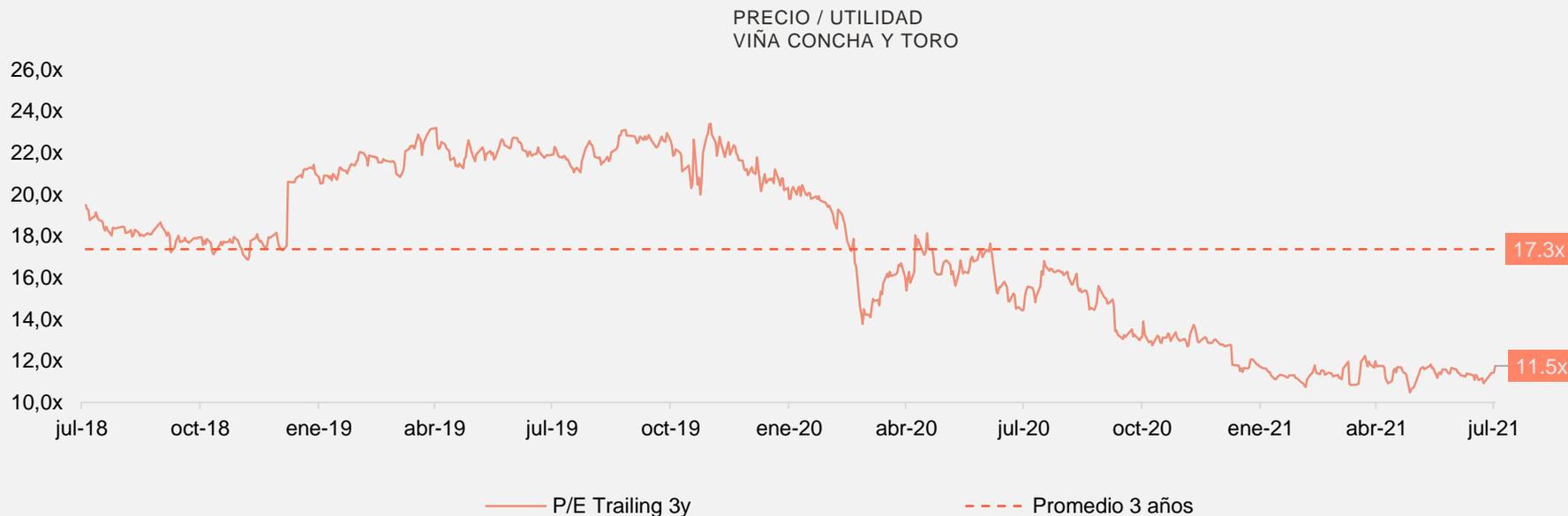
05.

Performance de la acción de la compañía

Claudia Cavada, Investor Relations

MÚLTIPLOS DE VALORACIÓN COMPAÑÍA (2018 - 2021)

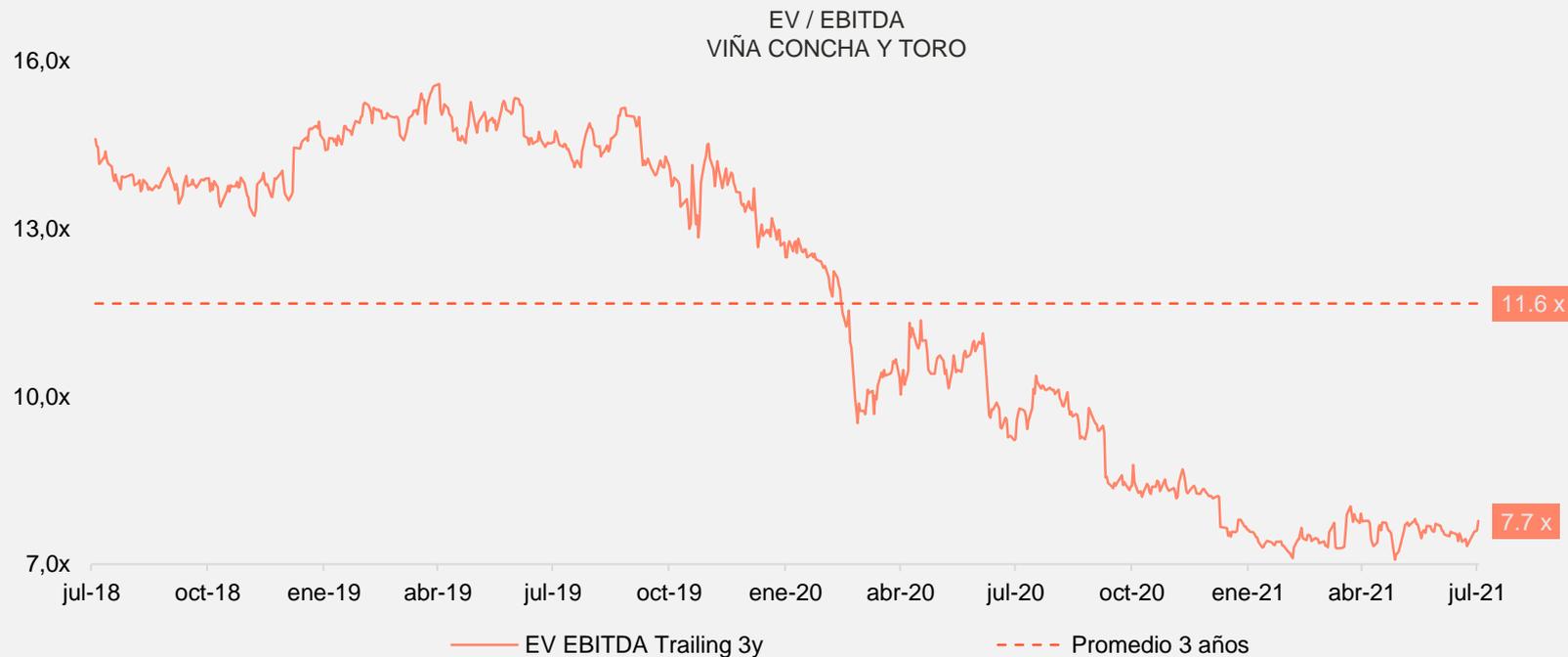
El valor de la acción no se condice con su desempeño a nivel de utilidades (ratio P/U)...



Fuente: Bloomberg

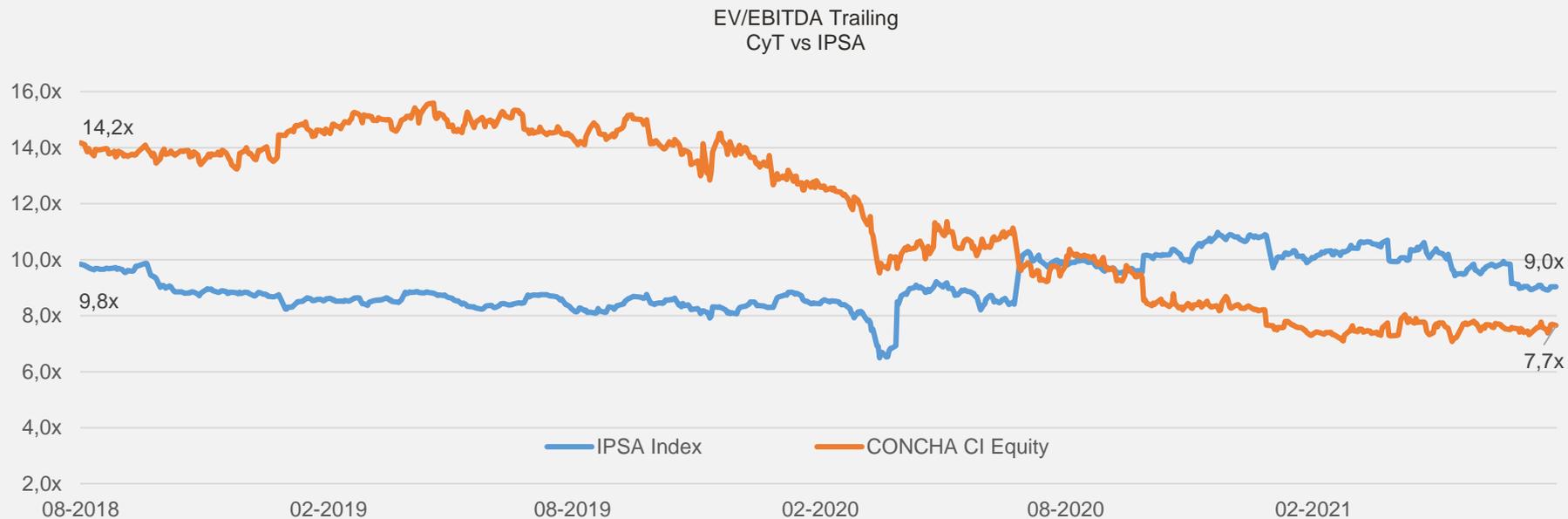
MÚLTIPLOS DE VALORACIÓN COMPAÑÍA (2018 - 2021)

... ni con su mejor desempeño operacional (ratio EV/EBITDA)



Fuente: Bloomberg

El premio que tenía CyT sobre el IPSA en sus múltiplos se ha perdido desde marzo 2020, coincidiendo con los mejores resultados de la compañía.



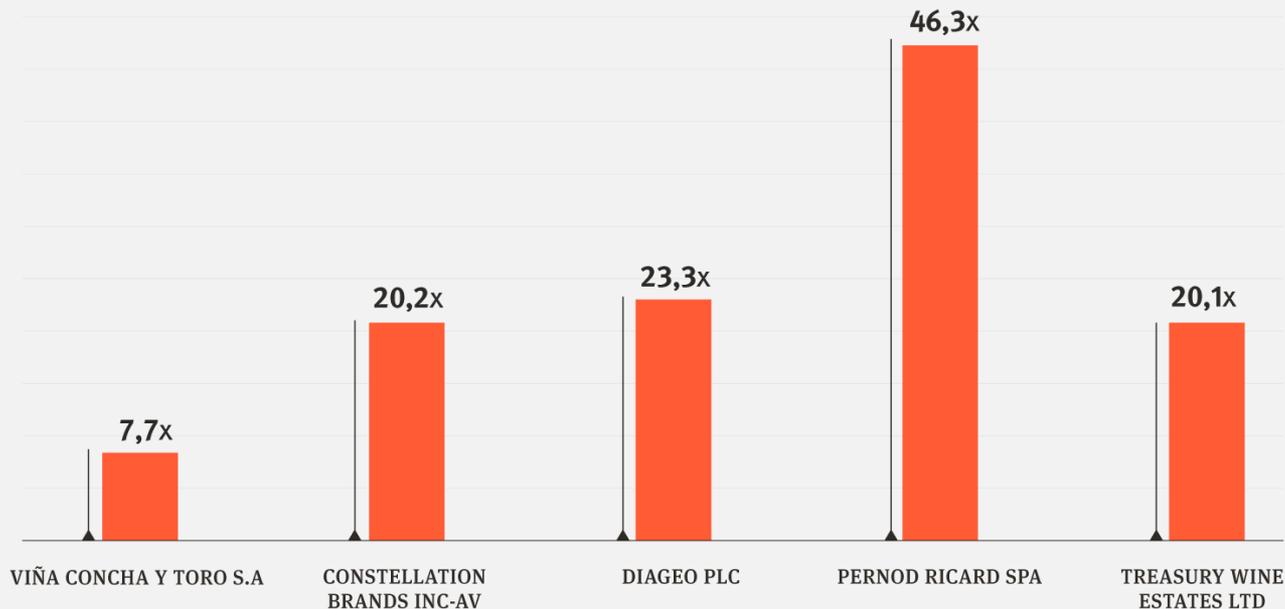
Fuente: Bloomberg

Concha y Toro está dentro de las acciones más castigadas del IPSA

			Ratio EV/EBITDA Trailing					
	Valor actual vs inicial	3Y		Valor actual vs inicial	2Y		Valor actual vs inicial	1Y
1	ECL CI Equity	0,3	1	CAP CI Equity	0,3	1	CAP CI Equity	0,2
2	CONCHA CI Equity	0,5	2	CENCOSHO CI Equity	0,4	2	ECL CI Equity	0,6
3	CAP CI Equity	0,6	3	SONDA CI Equity	0,5	3	COPEC CI Equity	0,6
4	ENTEL CI Equity	0,6	4	ECL CI Equity	0,5	4	CENCOSUD CI Equity	0,7
5	ANDINAB CI Equity	0,6	5	CONCHA CI Equity	0,5	5	CMPC CI Equity	0,8
6	SECUR CI Equity	0,7	6	ENTEL CI Equity	0,6	6	CONCHA CI Equity	0,8
7	SONDA CI Equity	0,8	7	ANDINAB CI Equity	0,7	7	SONDA CI Equity	0,8
8	SMU CI Equity	0,8	8	AGUAS/A CI Equity	0,7	8	AGUAS/A CI Equity	0,8
9	AGUAS/A CI Equity	0,8	9	SMU CI Equity	0,8	9	ANDINAB CI Equity	0,9
10	COPEC CI Equity	0,8	10	CENCOSUD CI Equity	0,8	10	FALAB CI Equity	0,9
11	FALAB CI Equity	0,8	11	FALAB CI Equity	0,8	11	SECUR CI Equity	1,0
12	CENCOSUD CI Equity	0,9	12	CCU CI Equity	0,8	12	ENELCHIL CI Equity	1,0
13	CMPC CI Equity	0,9	13	IAM CI Equity	0,9	13	IPSA Index	1,0
14	COLBUN CI Equity	1,0	14	COPEC CI Equity	1,1	14	IAM CI Equity	1,0
15	IAM CI Equity	1,0	15	IPSA Index	1,1	15	SMU CI Equity	1,1
16	IPSA Index	1,0	16	COLBUN CI Equity	1,2	16	COLBUN CI Equity	1,1
17	ENELAM CI Equity	1,3	17	CMPC CI Equity	1,2	17	ENTEL CI Equity	1,1
18	CCU CI Equity	1,7	18	SECUR CI Equity	1,4	18	CCU CI Equity	1,2
19	PARAUCO CI Equity	1,9	19	ENELAM CI Equity	1,5	19	ENELAM CI Equity	1,2
20	SQM/B CI Equity	2,0	20	PARAUCO CI Equity	1,5	20	MALLPLAZ CI Equity	1,4
21	AESGENER CI Equity	2,0	21	MALLPLAZ CI Equity	1,9	21	AESGENER CI Equity	1,5
22	RIPLEY CI Equity	2,7	22	AESGENER CI Equity	2,0	22	CENCOSHO CI Equity	1,5
23	ENELCHIL CI Equity	3,2	23	SQM/B CI Equity	2,4	23	PARAUCO CI Equity	1,9
			24	RIPLEY CI Equity	2,5	24	SQM/B CI Equity	2,0
			25	VAPORES CI Equity	3,4	25	RIPLEY CI Equity	2,7
			26	ENELCHIL CI Equity	4,0	26	VAPORES CI Equity	5,1

VALORACIÓN VS. PARES INTERNACIONALES

RATIO EV/EBITDA U12M



Nuevos pares industria USA
(EV/EBITDA FWD)

VINTAGE WINE ESTATES **10,9x**

DUCKHORN **23,7x**

Fuente: Bloomberg

COMPARACIÓN CON EL PEER GROUP

	VIÑA CONCHA Y TORO	TREASURY WINE ESTATES	VINTAGE WINE ESTATES
PREMIUM WINE PORTOLFIO (US\$10 PRINCE POINT)	50%	71%	99%
REVENUE GROWTH (2018-2022E)	8,6%	-0,5%	11,0%
EBITDA GROWTH (2018-2022E)	18,6%	2,5%	24,4%
EBITDA MARGIN 2021E	19,1% (1H21)	26,5%	21,0%
EBITDA MULTIPLE 2022E	7,0x	14,0x	16,3x

Fuente: VWE corporate presentation, Abril 2021

EN RESUMEN

- 01.** Se observa un desalineamiento de la valoración de sus resultados. El precio de la acción no pareciera recoger un mejor desempeño a nivel operacional (ratio EV/EBITDA) ni a nivel de utilidades (ratio P/U).
- 02.** Al comparar con sus pares internacionales, los múltiplos de valoración de la compañía también muestran gran brecha de valoración.

La administración de la compañía tiene plena convicción respecto a la solidez de sus fundamentos y a la sostenibilidad de sus resultados.

Focus on premium brands with high growth potential

- Brand Matrix is the reference framework for defining sales targets and marketing investment.
- In 2020, 25 brands accounted for 80.5% of sales.
- Continuous revision seeking greater focus.



80.5% of net sales value in 2020