

Empresa



Certificada

# Resultados 3Q21

PRESENTACIÓN PARA INVERSIONISTAS

VIÑA CONCHA Y TORO  
— FAMILY OF WINERIES —

# AGENDA

01. DESTACADOS / Osvaldo Solar, CFO

---

02. ANÁLISIS DE LA VENTA / Blanca Bustamante, Director of IR

---

03. RESULTADO FINANCIERO / Osvaldo Solar, CFO

01.

# Destacados

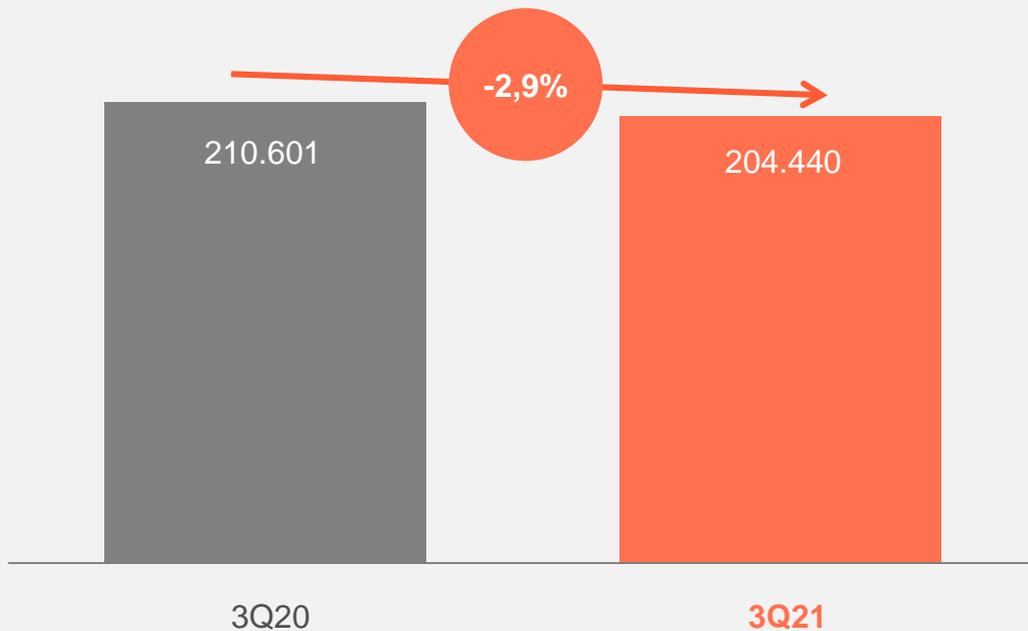
*Oswaldo Solar, CFO*

*Durante el tercer trimestre de 2021, la Compañía ha logrado mejorar su mix de ventas y mantener sus ingresos en niveles similares a los registrados en 2020.*

*Los resultados se dieron en un contexto desafiante para las exportaciones dada la actual crisis mundial de supply chain.*

# INGRESO CONSOLIDADO 3Q21

VENTAS NETAS (Ch\$ MILLONES)



## PREMIUMIZACIÓN DEL MIX EN 3Q21

*La disminución en la venta no altera el desempeño de nuestra estrategia, lo que se refleja en una mayor participación de las marcas Principal e Invest (vino Premium y Superior) en el mix:*

3Q20 vs 3Q21

45,4% → 47,6%

# IMPACTO DE LA CRISIS MUNDIAL DE SUPPLY CHAIN

- Las repercusiones de la pandemia en la movilidad y la logística mundiales han generado intermitencia en los embarques y afectado toda la cadena de suministro.
- Los inventarios en nuestras oficinas de distribución nos han permitido mitigar parcialmente el impacto.
- Al 30 de septiembre, teníamos un backlog de ~1 millón de cajas pendientes de ser enviadas desde Chile.
- Actualmente estamos concentrados en optimizar la logística para atender las necesidades de nuestros clientes y socios

# PRINCIPALES CIFRAS OPERACIONALES

(Ch\$ millones)	3Q21	3Q20	% YOY
VENTA CONSOLIDADA	204.440	210.601	-2,9%
GANANCIA BRUTA	82.929	83.253	-0.4%
MARGEN BRUTO	40,6%	39,5%	+100 pb
GAV	52.421	46.311	+13,2%
GAV/VENTAS	25,6%	22,0%	+370 pb
OTROS INGRESOS, GASTOS	5.383	-771	
RESULTADO OPERACIONAL	35.891	36.171	-0,8%
MARGEN OPERACIONAL	17,6%	17,2%	+40 pb

# 02.

## Análisis de la Venta

*Blanca Bustamante, Director de IR*

## VENTAS EN VALOR POR SEGMENTO DE MERCADO

*Fuerte impulso en el mercado doméstico de Chile y mejoramiento del mix.*

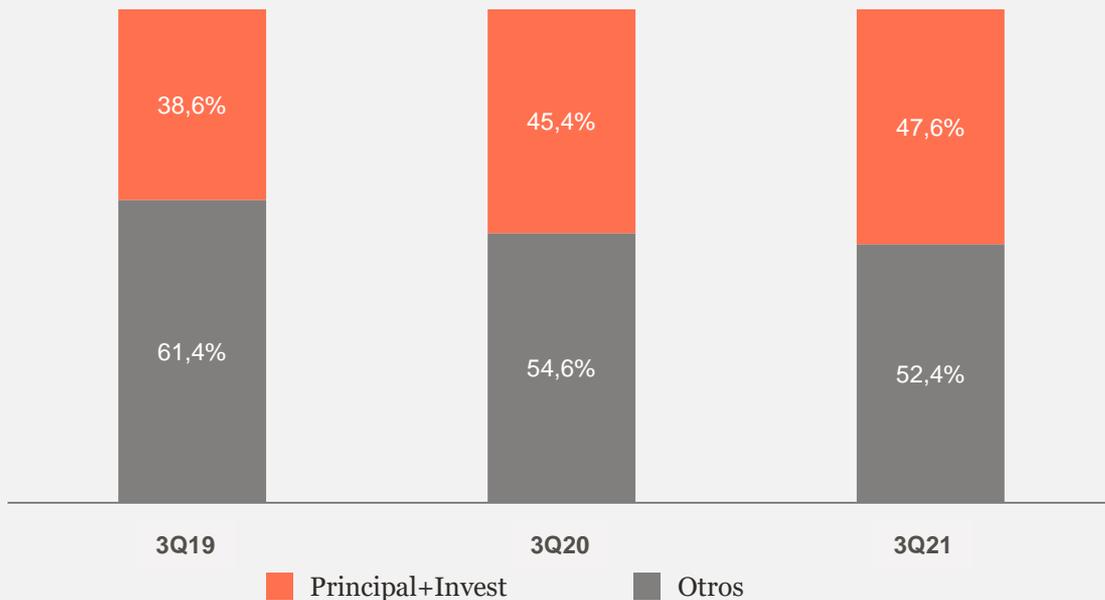
*Las exportaciones y el mercado de EE.UU. disminuyeron por caída de los envíos, afectados por la crisis mundial de supply chain.*

*Los mercados de América Latina y regiones afectadas en 2020 por la pandemia mostraron una recuperación.*

Ventas (Ch\$ mill.)	3Q21	3Q20	Var (%)
Mercados de Exportación	129.388	141.290	(8,4%)
Chile	42.832	34.241	25,1%
Vino	29.486	26.340	11,9%
Cervezas y licores	13.346	7.901	68,9%
EEUU	29.370	32.103	(8,5%)
Argentina	1.505	1.100	36,8%
Otros	1.345	1.867	(28,0%)
<b>Total Ventas</b>	<b>204.440</b>	<b>210.601</b>	<b>(2,9%)</b>

# PREMIUMIZACIÓN DEL MIX DE VENTA EN 3Q21

% DEL VALOR DE VENTA



3Q21 vs. 3Q19

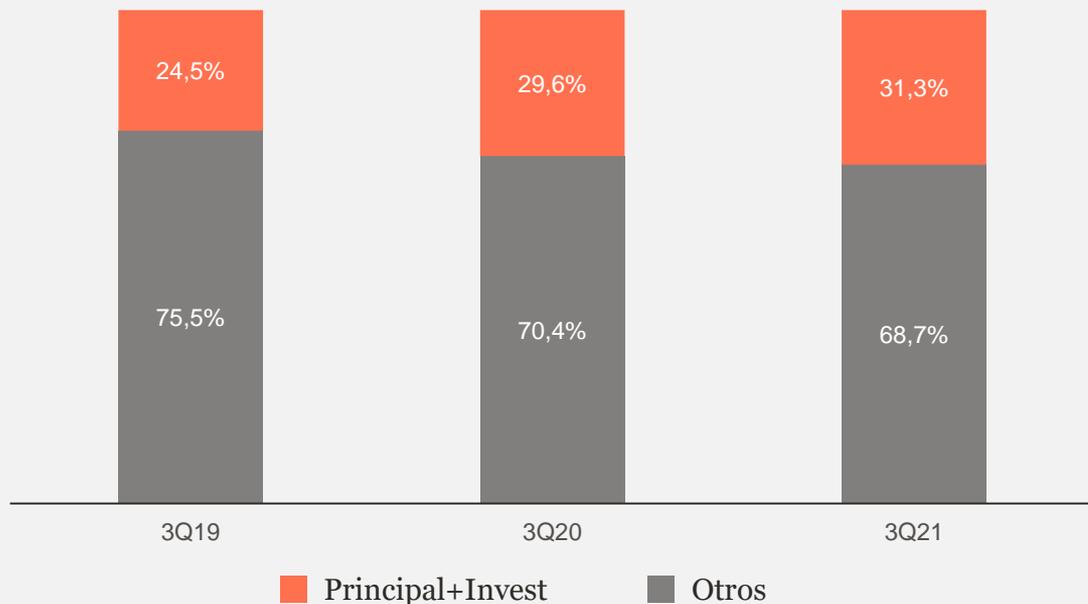
Mejor **mix** del valor  
de venta

**+900bp**

De 38,6% a 47,6%

# PREMIUMIZACIÓN DEL MIX DE VOLUMEN EN 3Q21

% DEL VOLUMEN TOTAL



3Q21 vs. 3Q19

Mejor **mix** del volumen  
de ventas

**+680bp**

De 24,5% a 31,3%

# DESEMPEÑO DE LA MATRIZ DE MARCAS

*Nuestra marca Principal, Casillero del Diablo, se vio afectada por la crisis logística y una elevada base de comparación en su mayor mercado, el Reino Unido.*

*El crecimiento de Invest fue impulsado por Diablo, Trivento Golden, Marques de Casa Concha y Trivento Reserve.*

## CRECIMIENTO EN VENTAS POR CATEGORÍA DE MARCA

	Valor (3Q21 vs 3Q20)	Volumen (3Q21 vs 3Q20)
<b>Principal</b>	<b>(7,9%)</b>	<b>(18,0%)</b>
<b>Invest</b>	<b>16,6%</b>	<b>7,9%</b>
Protect	(8,0%)	(12,2%)
Watch	(37,6%)	(36,4%)
Other brands	0,7%	(18,2%)
<b>Total</b>	<b>(2,9%)</b>	<b>(14,1%)</b>

# FUERTE CRECIMIENTO EN CATEGORÍAS DE VINO SUPER PREMIUM Y SUPERIORES

*La mayor movilidad y reapertura de locales permitieron una recuperación en las categorías Super y Ultra Premium.*

## (VENTAS - VALOR)

3Q21 vs 3Q20

DON MELCHOR	+55,9%
TERRUNYO	+49,8%
CARMIN DE PEUMO	+32,6%
AMELIA	+450,3%
MARQUES DE CASA CONCHA	+30,5%
TRIVENTO GOLDEN	+126,0%
TRIVENTO PRIVATE RESERVE	+106,8%
1000 STORIES	+9,8%

03.

# Resultados Financieros

*Oswaldo Solar, CFO*

# Resultados Financieros

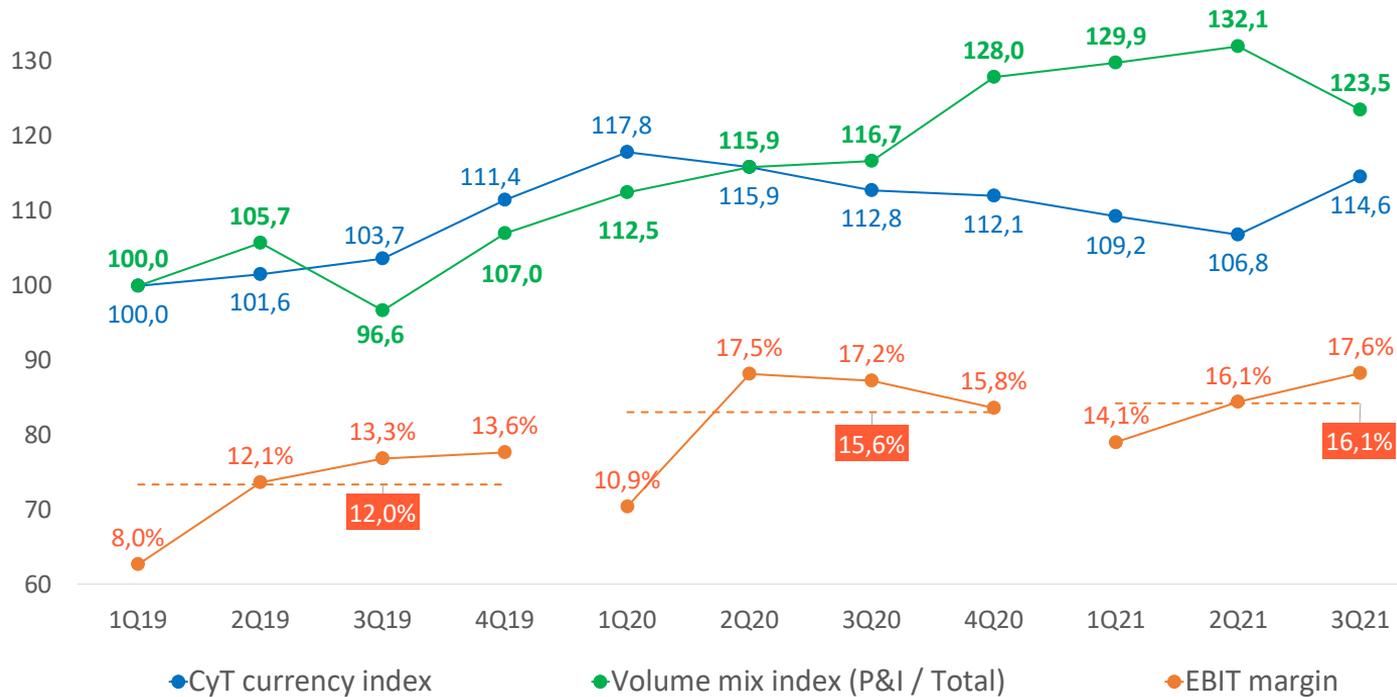
- I. **Margen Operacional y Margen EBITDA**
- II. Resultado No Operacional y Coligadas
  - 1. Gastos financieros y diferencia de cambio
  - 2. Diversificación de Monedas
  - 3. Empresas Coligadas
- III. Utilidad Neta
- IV. Ratios Financieros
  - 1. Retorno sobre el capital invertido
  - 2. Deuda Financiera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

## En 3Q21, el margen EBIT fue de 17,6%

- En un trimestre difícil para la logística, los resultados y los márgenes reflejaron precios promedio más altos y un menor volumen.
- Desinversiones inmobiliarias.

(Ch\$ millones)	3Q21	3Q20	Var (%)
<b>GANANCIA BRUTA</b>	<b>82.929</b>	<b>83.253</b>	<b>(0,4%)</b>
MARGEN BRUTO	40,6%	39,5%	100 bp
<b>GAV</b>	<b>52.421</b>	<b>46.311</b>	<b>13,2%</b>
GAV / VENTAS	(25,6%)	(22,0%)	370 bp
<b>OTROS INGRESOS, GASTOS</b>	<b>5.383</b>	<b>770</b>	
<b>RESULTADO OPERACIONAL</b>	<b>35.891</b>	<b>36.171</b>	<b>(0,8%)</b>
MARGEN OPERACIONAL	17,6%	17,2%	40 bp

# MIX DE VENTA, TIPO DE CAMBIO Y MARGEN EBIT



En 3Q21, el EBITDA aumentó **0,4%** con un margen de un **21,4%**

*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%
<b>2021</b>	<b>17,9%</b>	<b>20,1%</b>	<b>21,4%</b>		

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

# Resultados Financieros

- I. Margen Operacional y Margen EBITDA
- II. **Resultado No Operacional y Coligadas**
  - 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. Mejora en la clasificación de riesgo

## RESULTADO NO OPERACIONAL Y EMPRESAS COLIGADAS

*La compañía obtuvo importantes ingresos de sus empresas afiliadas, relacionados con las exitosas ventas de vino de Almaviva y las desinversiones inmobiliarias.*

(Ch\$ millones)	3Q21	3Q20	Var (%)	Var (Ch\$)
Gastos Financieros Netos (*)	(2.680)	(3.768)	(28,9%)	1.088
Diferencias de cambio	(127)	(965)	(86,9%)	839
Empresas coligadas (**)	7.701	3.374	128,3%	4.327
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>4.894</b>	<b>(1.360)</b>		<b>6.254</b>

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

(\*\*) Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos.

## II.1 Gastos financieros y diferencias de cambio

### Gastos Financieros bajando de acuerdo a disminución de deuda

El resultado no operacional mejora en MM\$ 6.254 por:

- menor gasto financiero neto por **MM\$ 1.088**
- menor pérdida por diferencia de cambio de **MM\$ 839**
- mayor ganancia por empresas coligadas por **MM\$ 4.327**

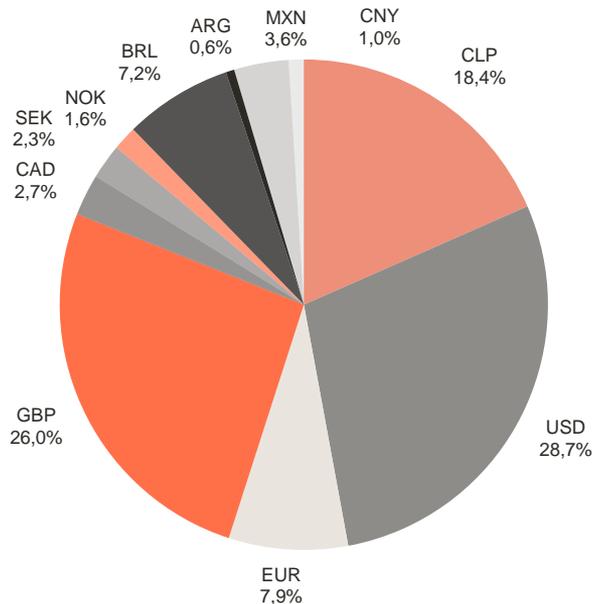
### Factores a destacar:

- Menor deuda financiera neta promedio en el trimestre por **MM\$ 25.719**
- Disminución de tasas de interés promedio en USD (1,5% vs 2,5%).
- Efecto positivo, inflación pactada de 2,76% vs 5,3% (12 meses).
- Impacto estimado de **MM\$ 4.960** anual

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

## II.2 Diversificación de monedas

DIVERSIFICACIÓN MONEDAS DE FACTURACIÓN 2021



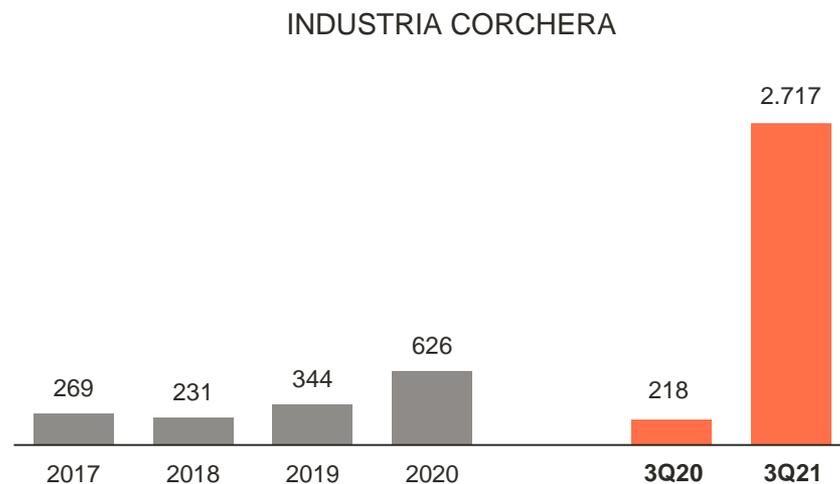
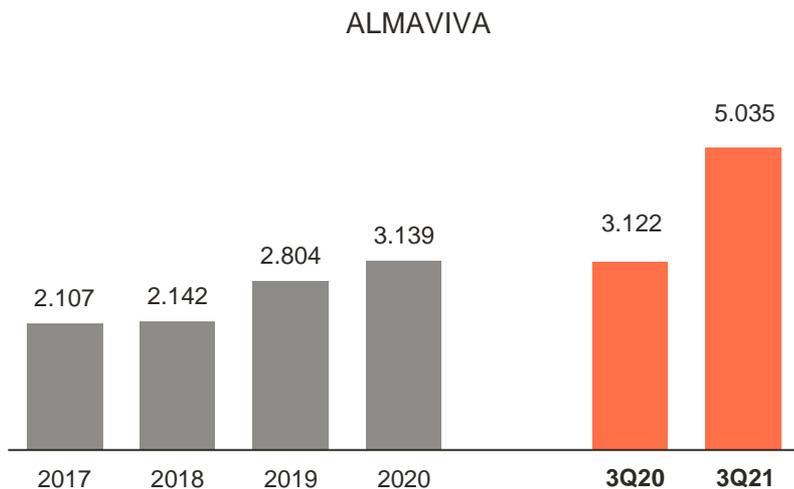
Diversificación de monedas atenúa las variaciones del dólar como moneda única.

**3Q21**

Dólar: -1,99%

Canasta CyT: 0,39%

## II.3 Resultado de empresas coligadas: Almaviva Ch\$ 5.035 MM y Corchera Ch\$2.717 MM



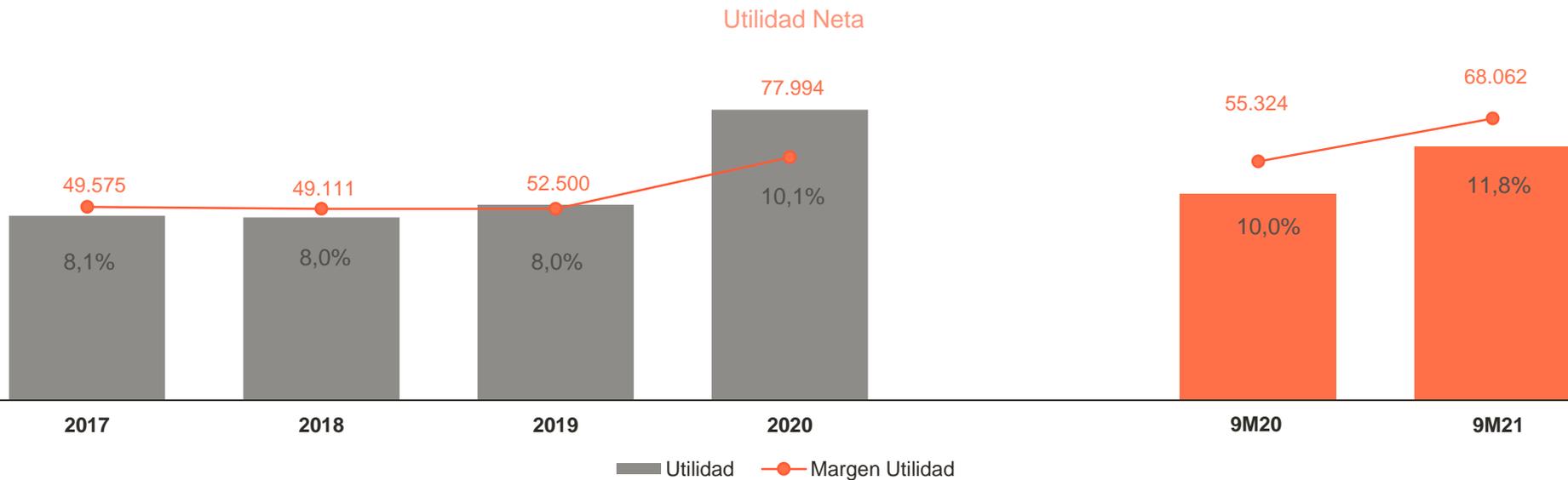
# Resultados Financieros

- I. Margen Operacional y Margen EBITDA
- II. Resultado No Operacional y Coligadas
  - 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. Mejora en la clasificación de riesgo

# RESULTADOS 3Q21: UTILIDAD NETA

(Ch\$ millones)	3Q21	3Q20	Var (%)	Var \$
Ingresos	204.440	210.601	(2,9%)	(6.161)
Ganancia Bruta	82.929	83.253	(0,4%)	(324)
GAV	52.421	46.311	13,2%	(6.109)
Resultado Operacional	35.891	36.171	(0,8%)	(280)
Resultado No Operacional y Empresas Coligadas	4.894	(1.360)		6.254
Utilidad Neta	30.316	26.264	15,4%	4.052

Durante el 2021, la utilidad neta acumulada a Sep. aumenta **+23%** y margen neto **180 pb**

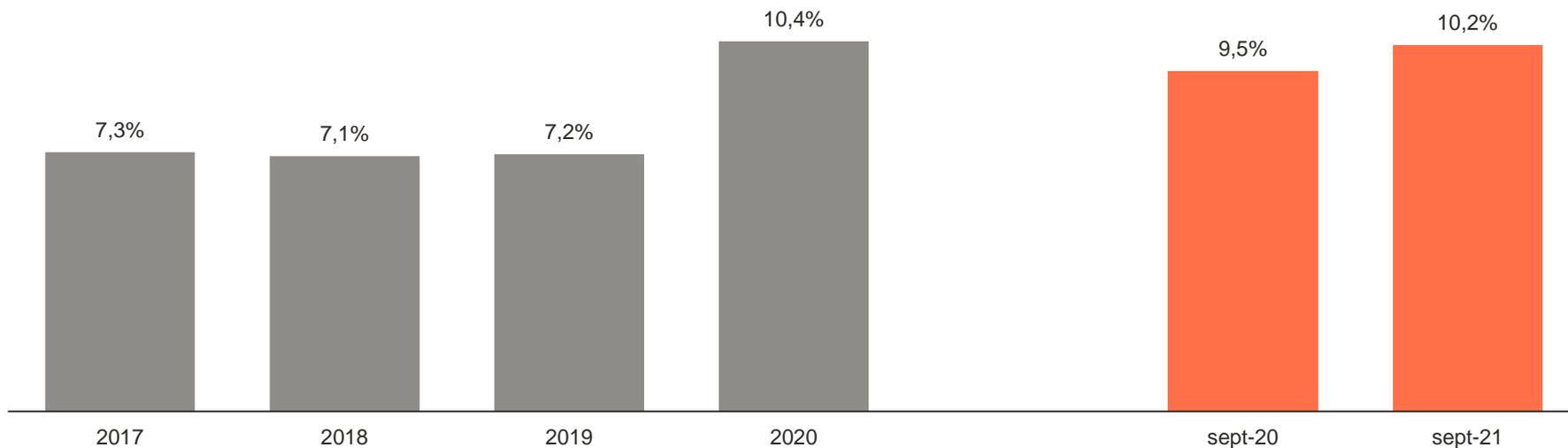


# Resultados Financieros

- I. Margen Operacional y Margen EBITDA
- II. Resultado No Operacional y Coligadas
  - 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. **Mejora en la clasificación de riesgo**

## IV.1 Retorno sobre el capital invertido

### RETORNO SOBRE EL CAPITAL INVERTIDO

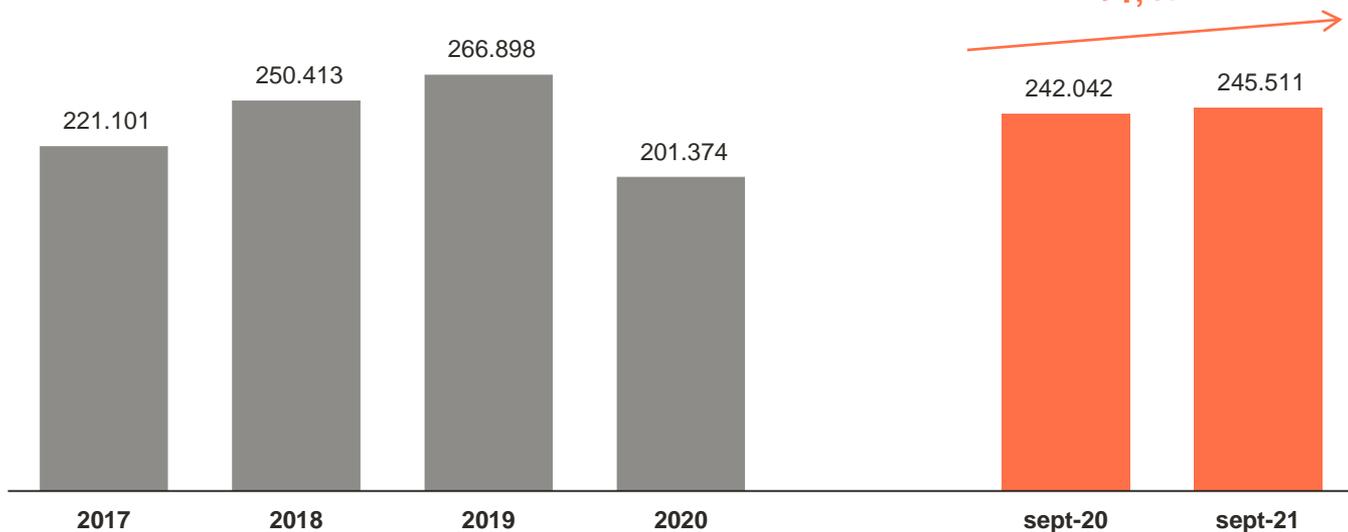


ROIC:  $(\text{Margen Operacional} - \text{Impuestos} + \text{Diferencia de Cambio}) / (\text{Patrimonio} - \text{Otros Pasivos Financieros} - \text{Derivados} - \text{Caja})$

\*Cuentas de Resultados corresponde a los 12 meses móviles

## IV.2 Deuda financiera neta se mantiene bajo niveles históricos: **SOLIDEZ FINANCIERA**

DEUDA FINANCIERA NETA\* EN MM\$



Aumenta en:

Ch\$ 3.469 MM vs Sept-20

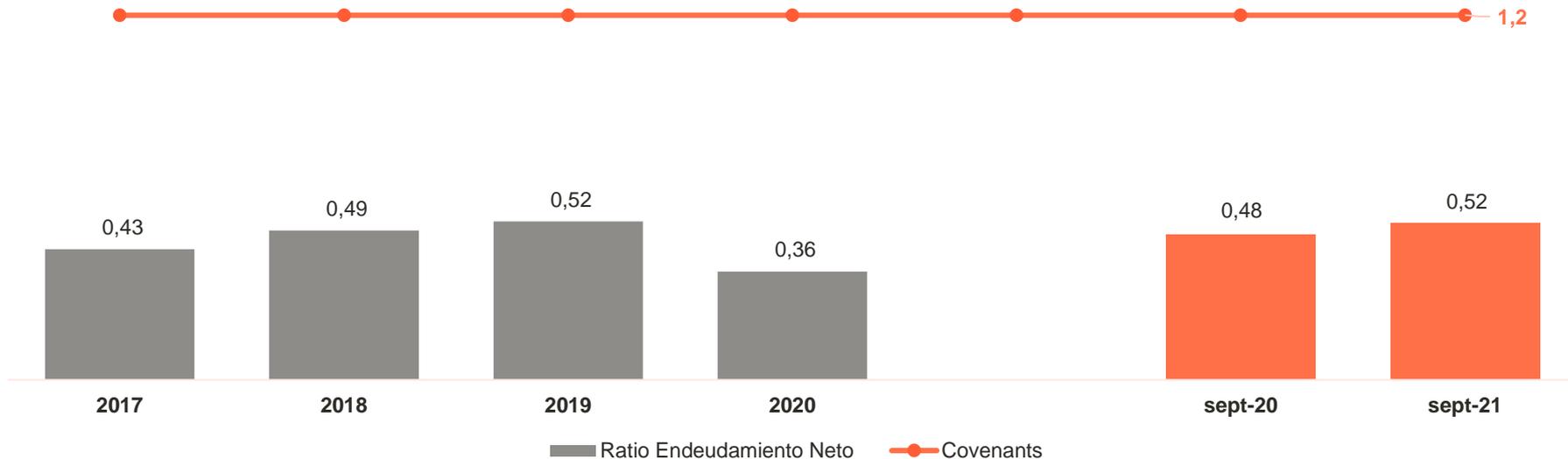
Aumenta en:

Ch\$ 44.137 MM vs Dic-20

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

## IV.3 Se mantiene el nivel de endeudamiento relativo al tamaño del Patrimonio: SOLIDEZ FINANCIERA

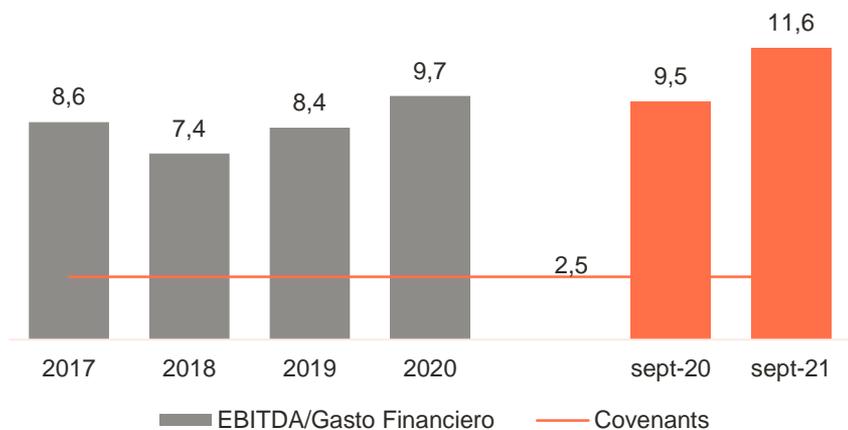
RATIO ENDEUDAMIENTO NETO  
(DEUDA FINANCIERA NETA\*/ PATRIMONIO)



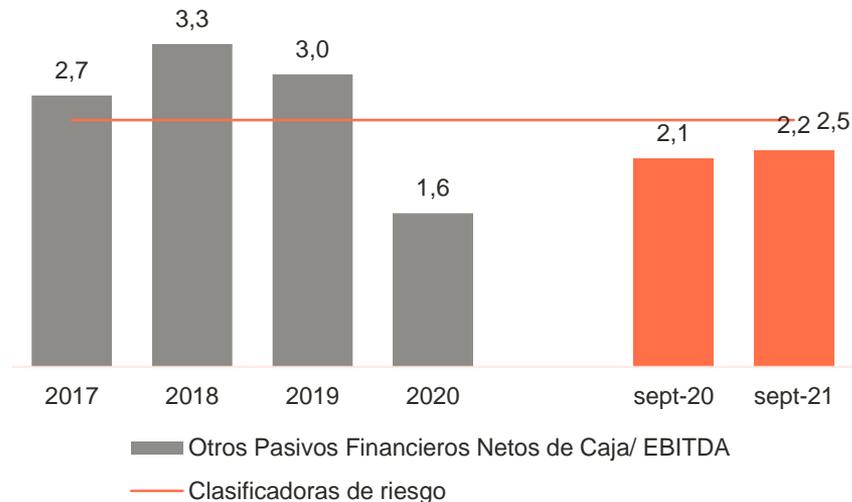
\*Deuda Financiera Neta corresponde a Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes - Caja

## IV.3 Deuda y gasto financiero 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

## IV.4 Reciente mejora en la clasificación de riesgo: SOLIDEZ FINANCIERA

*En el tercer trimestre del año, las dos clasificadoras de riesgo de la compañía, Humphreys y Feller Rate, elevaron la clasificación de sus líneas de bonos:*

AA- → AA



# 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**