Resultados 3Q22

PRESENTACIÓN A INVERSIONISTAS

VIÑA CONCHA Y TORO

FAMILY OF WINERIES

AGENDA

01
Revisión del 2022
Osvaldo Solar, CFO

02
Análisis de ventas 3Q22
Blanca Bustamante, IR Director

03
Resultado financiero 3Q22 y 9M22
Osvaldo Solar, CFO

01

Revisión del 2022

Osvaldo Solar, CFO

Un desafiante y complejo año 2022

Ha sido un año desafiante que nos ha llevado a gestionar las distintas áreas del negocio, siempre con una visión de mediano y largo plazo, y con la convicción de las fortalezas de nuestro modelo de negocios y estrategia que llevamos adelante.

Oportunidades

- Hemos realizado alzas de precios a lo largo de los mercados, lo que nos ha permitido hacer frente a la inflación de costos y alzas extraordinarias de las tarifas navieras.
- Normalización de despachos y fletes navieros.
- El mix de Principal e Invest muestra una leve recuperación. Las categorías de más alto valor "Super & Ultra Premium", crecen en volumen un 17,6%.
- En términos de mercados, vemos una recuperación en Asia, Centro América, el Caribe, y Canadá.
- La coligada Almaviva, mostró un resultado un 27,1% superior al año 2021. Excelente recepción de la añada 2020 en La Place de Bordeaux.

Desafíos

- Contexto económico-financiero global: Inflación, contracción económica, alzas de tasas de interés, y volatilidad cambiaria.
- Alto nivel de tarifas navieras y costos logísticos, impactando costos directos y gastos logísticos.
- Ajuste de la demanda en nuestros principales mercados, en un escenario inflacionario y de contracción general del consumo agregado.
- Distribuidores ajustando inventarios, para optimizar el financiamiento de su capital de trabajo.

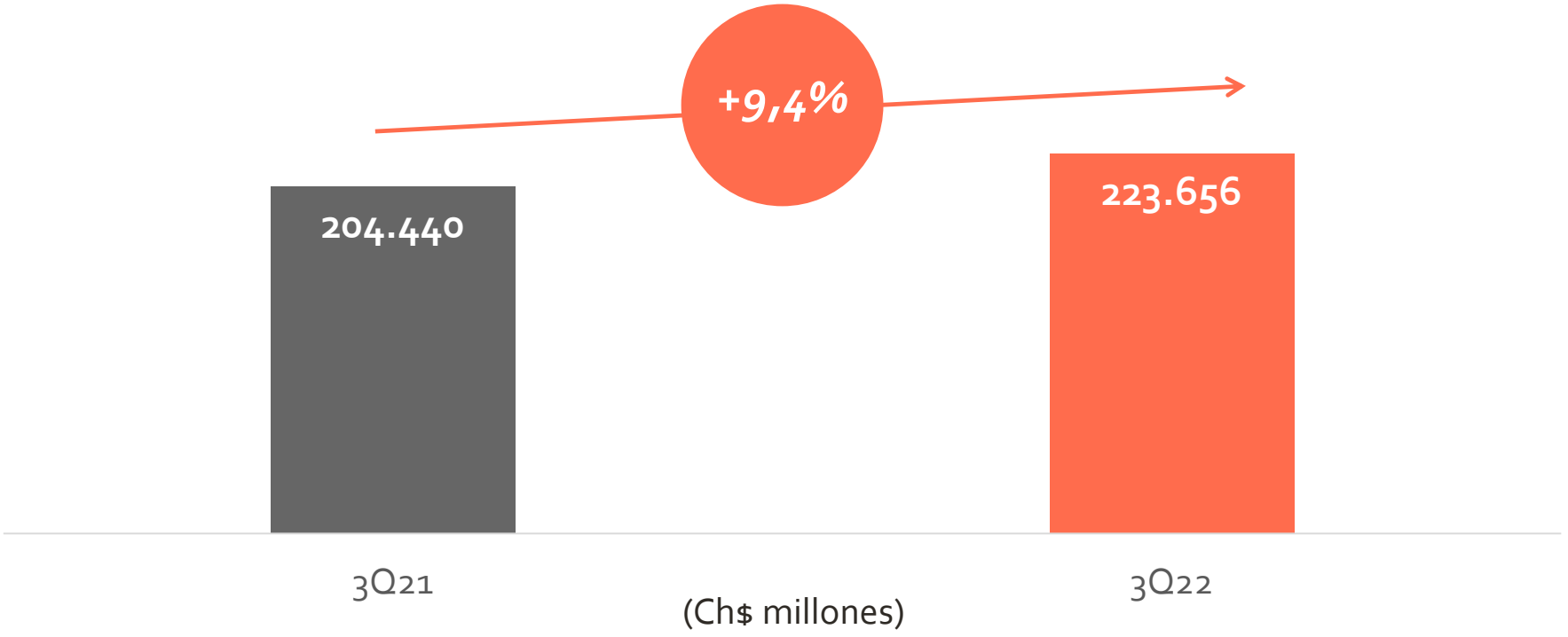
02

Análisis de ventas 3Q22

Blanca Bustamante, IR Director

Crecimiento de ventas en 3Q22

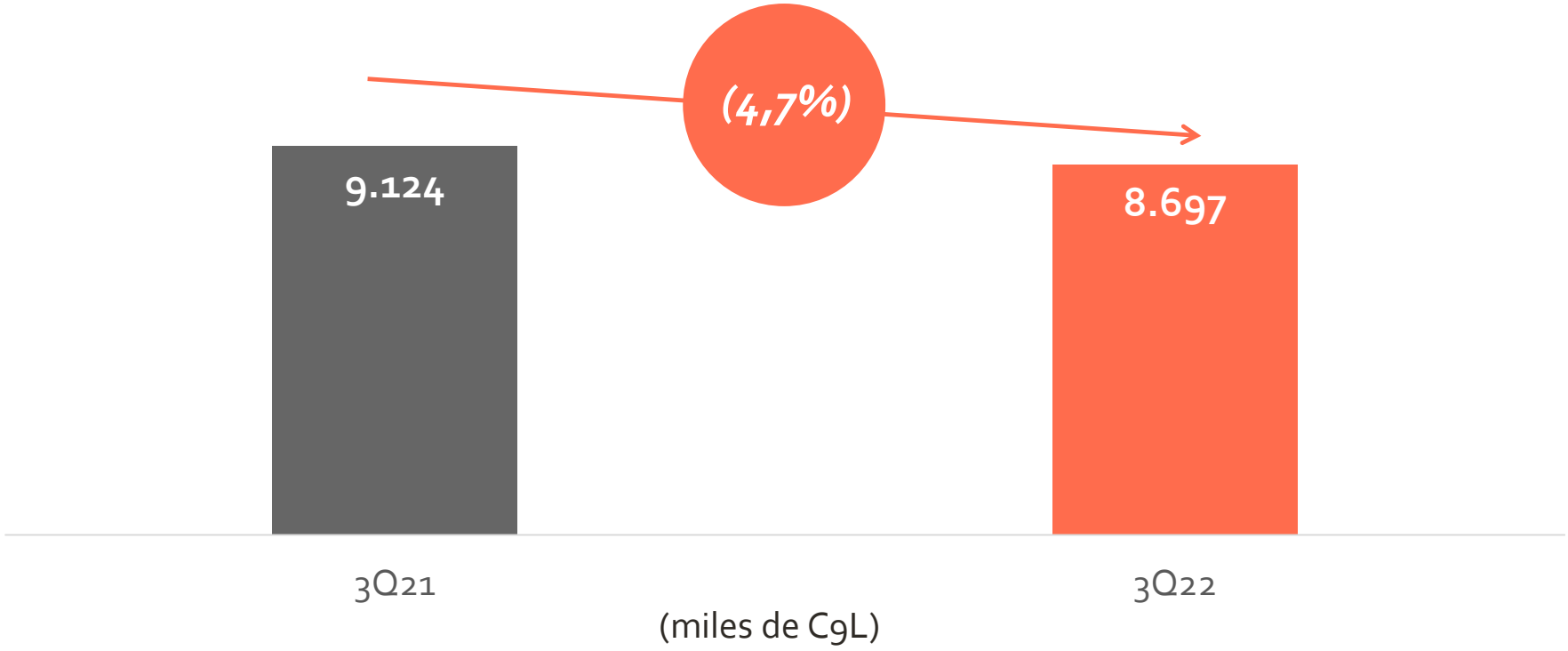
Resultado que refleja un efecto positivo debido a un mayor precio promedio, efecto de tipo de cambio favorable, compensado por un menor volumen.



VAR
+10,1%
Vino

Volumen en 3Q22

Desaceleración en caída de volumen comparado con el 1H22.



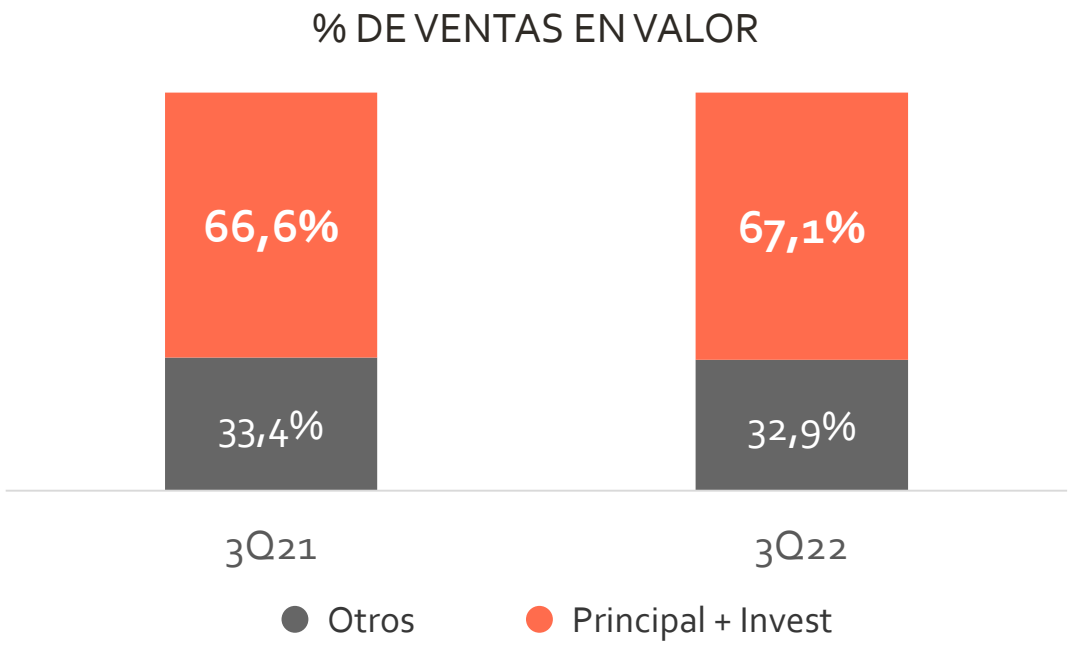
VAR
(4,7%)
Vino

Desempeño de nuestros mercados principales

3Q22	% DE VENTAS	VAR % VALOR	VAR % VOLUMEN
UK	22,1%	(5,3%)	(17,7%)
Chile	18,6%	(2,8%)	(5,5%)
USA	12,3%	(6,7%)	(27,0%)
Brasil	6,9%	(2,4%)	(24,5%)
México	4,7%	41,3%	11,1%
Japón	3,9%	212,6%	122,1%
China	3,7%	74,5%	47,8%
Países Bajos	3,2%	22,4%	18,7%
Canadá	2,7%	16,5%	0,4%
Suecia	2,0%	(3,5%)	1,3%

UK: alza de +9,4% en precio promedio en libras

3Q22	VAR % VAL.	VAR % VOL.	VAR % PRECIO (LIBRA)
VINO	(5,3%)	(17,7%)	9,4%

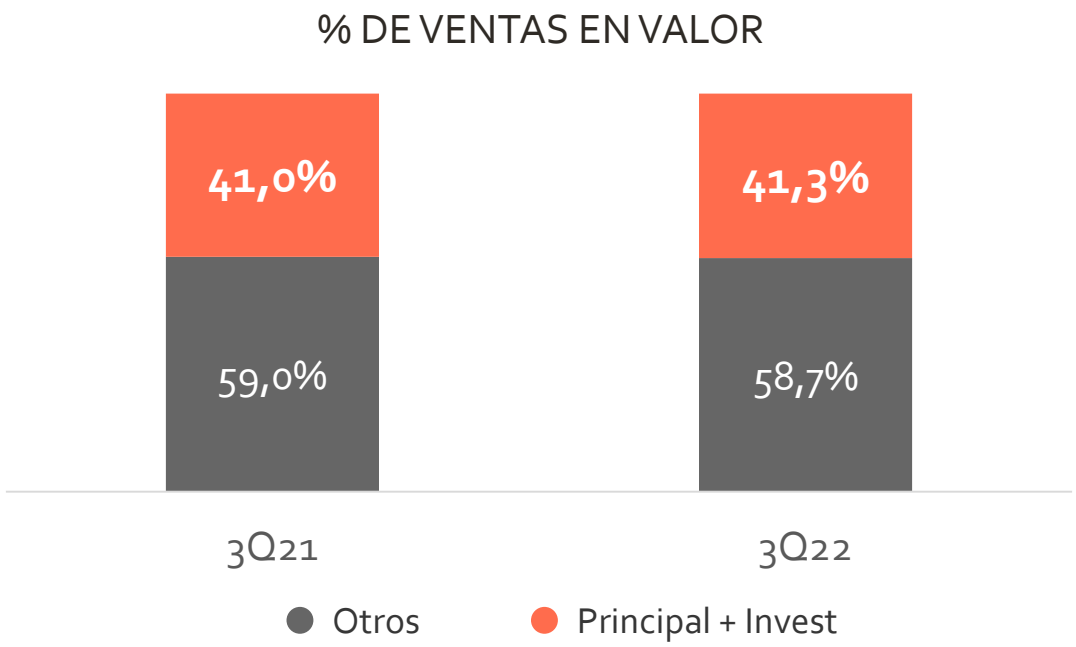


Marcas foco con mejor desempeño que la categoría (valor / volumen):
Industria: **-3,8% / -5,4%**
CDD: **+2,6% / -0,9%**
Trivento: **+6,7% / +4,9%**
Diablo: **+23,7% / +21,3%**

Fuente: Nielsen 12W (08.10.22)

Chile: mix de vino Principal + Invest creció 30 pb a 41,3%

3Q22	VAR % VAL.	VAR % VOL.	VAR % PRECIO
VINO	2,8%	(5,8%)	9,2%

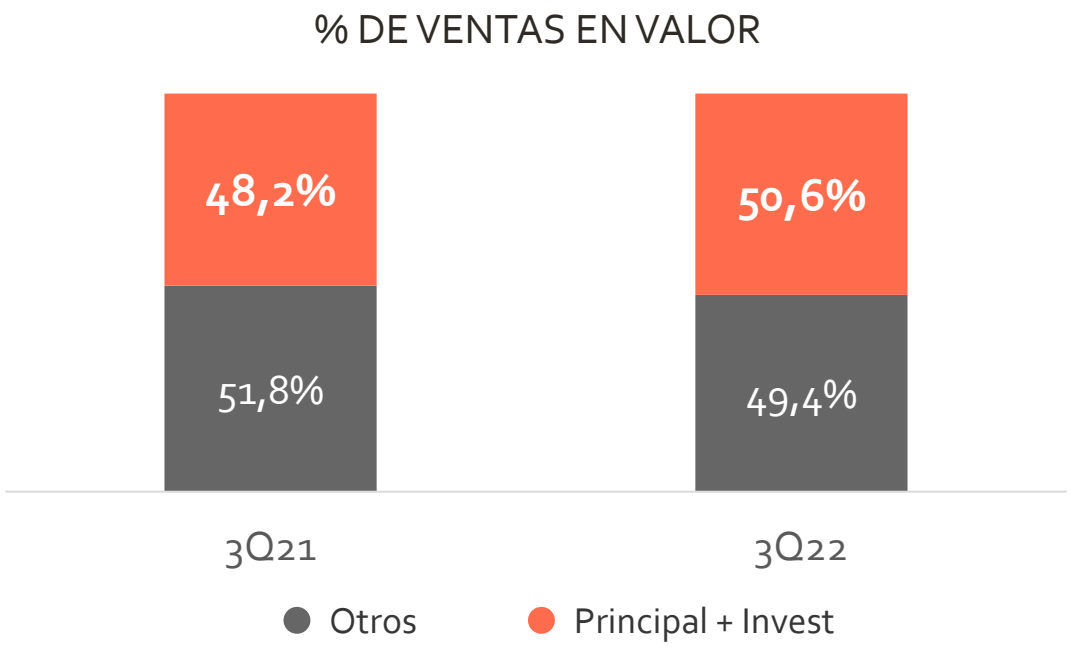


Market Share:
28,8%
+0,4 pts (YTD).

Fuente: Nielsen (07.22)

USA: volumen impactado por ajuste en inventarios de distribuidores y la promoción de Bonterra

3Q22	VAR % VAL.	VAR % VOL.	VAR % PRECIO (USD)
VINO	(6,7%)	(27,0%)	6,5%



Desempeño
de la categoría vs *CyT USA*
L13W en valor:
Industria: -1,7%
CyT: -6,9%
CyT ex prom: -4,1%

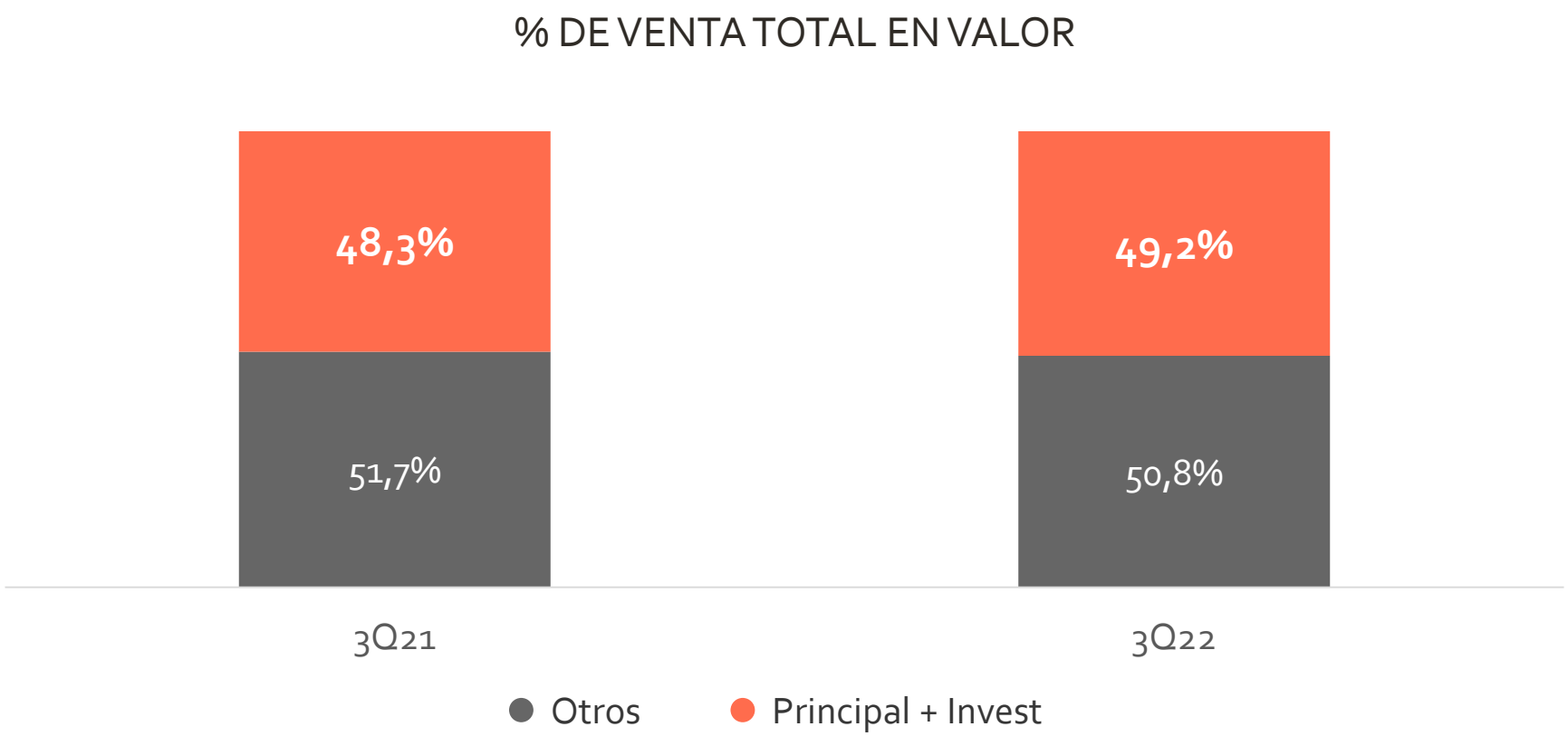
Fuente: IRI Last 13W (02.10.22)

Vino: desempeño de la Matriz de marcas

3Q22 VINO	VAR % VAL.	VAR % VOL.
PRINCIPAL	7,0%	(6,7%)
INVEST	14,5%	0,4%
PROTECT	8,8%	(3,5%)
WATCH	(18,7%)	(30,9%)
PORTFOLIO SUPER & ULTRA PREMIUM	35,8%	13,2%
TOTAL VINO	**10,1%**	**(4,7%)**

MATRIZ DE MARCAS

Mix Premium: +90 pb en mix Principal + Invest.



03

Resultado financiero 3Q22

Osvaldo Solar, CFO

Ganancia bruta *+7,9%*

(Ch$ millones)	3Q22	3Q21	VAR (%)
Venta consolidada	223.656	204.440	9,4%
Ganancia bruta	89.479	82.929	7,9%
Margen bruto	**40,0%**	**40,6%**	**(60 pb)**

GAV – Impacto debido a incremento en fletes, salarios y marketing

(Ch$ millones)	3Q22	3Q21	VAR (%)
Venta consolidada	223.656	204.440	9,4%
Ganancia bruta	89.479	82.929	7,9%
GAV	(62.830)	(52.421)	19,9%
GAV / Ventas	**28,1%**	**25,6%**	**250 pb**

3 conceptos que explican principalmente el aumento en los GAV:

1. Remuneraciones, y gastos de personal con **+16,7%**
2. Gastos de flete y envío, y arriendo de espacio logístico con **+22,9%**
3. Marketing con **+10,4%**

Otros ingresos y gastos

Durante este trimestre, no se repitieron los ingresos extraordinarios del 3Q21, que contemplaban Ch$5.764 millones.

(Ch$ millones)	3Q22	3Q21	VAR (%)
Venta consolidada	223.656	204.440	9,4%
Ganancia bruta	89.479	82.929	7,9%
GAV	(62.830)	(52.421)	19,9%
Otros ingresos y gastos	(695)	5.383	

EBIT y EBITDA

	3Q22		3Q21		Var (%)	
(Ch$ millones)		% / Ventas		% / Ventas		% / Ventas
Venta consolidada	223.656		204.440		9,4%	
Ganancia bruta	89.479	40,0%	82.929	40,6%	7,9%	(60)
GAV	(62.830)	(28,1%)	(52.421)	(25,6%)	19,9%	(250)
Otros ingresos y gastos	(695)	(0,3%)	3.555	1,7%		
Resultado inmobiliario			1.828	0,9%		
EBIT	**25.955**	**11,6%**	**35.891**	**17,6%**	**(27,7%)**	**(600)**
EBITDA	**33.851**	**15,1%**	**43.701**	**21,4%**	**(22,5%)**	**(620)**

Resultado No-operacional

(Ch$ millones)	3Q22	3Q21	VAR (%)	VAR (Ch$)
Gasto financiero neto (*)	(3.503)	(2.680)	30,7%	(823)
Diferencias de cambio	85	(127)		211
Empresas coligadas (**)	6.646	7.701	(13,7%)	(1.055)
Resultado No-operacional	3.227	4.894	(34,1%)	(1.667)

(*) Gasto Financiero Neto = Ingresos Financieros, Costos Financieros y Resultados por unidades de reajuste.
(**) Participación en las utilidades de asociadas y negocios conjuntos.

Resultado No-operacional

El resultado no operacional disminuye en Ch$ 1.667 MM por:

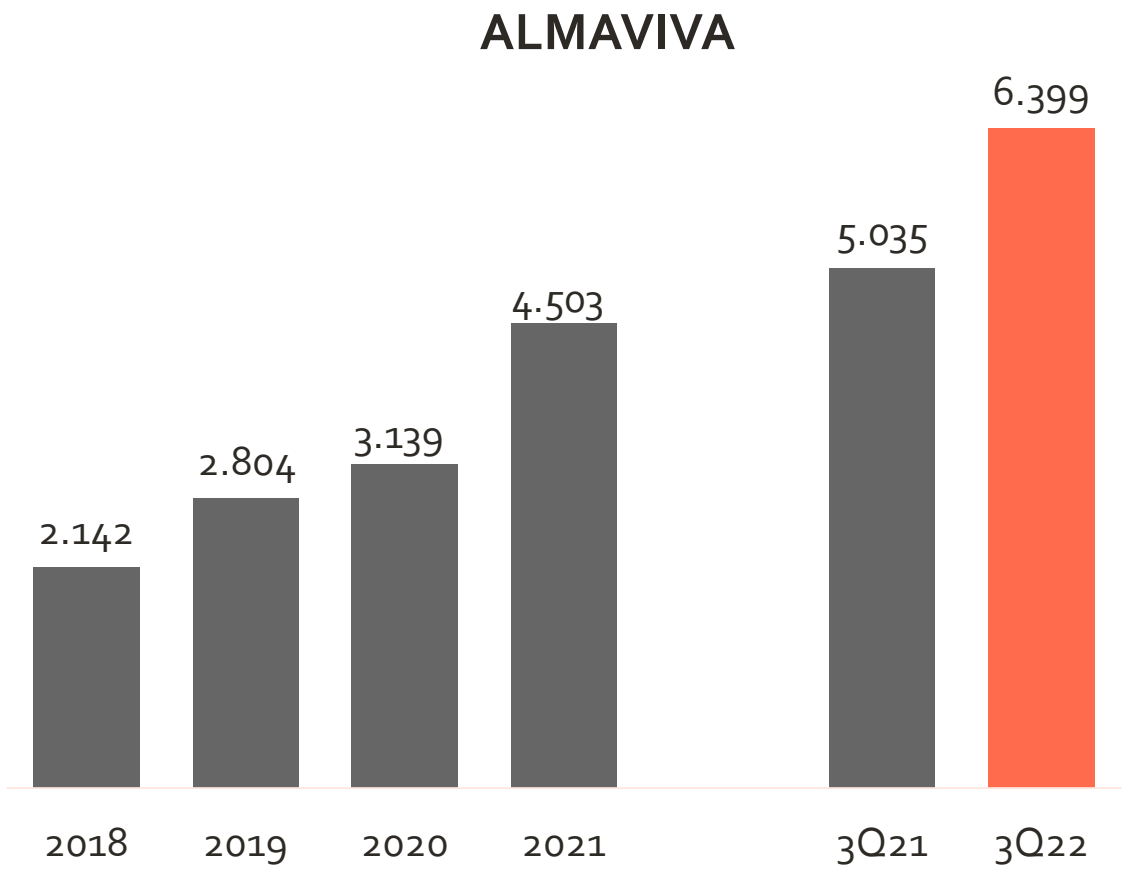
- Mayor gasto financiero neto por **Ch$ 823 MM**.
- Mejora en diferencias de cambio de **Ch$ 211 MM**.
- Menor ganancia por empresas coligadas por **Ch$ 1.055 MM**.

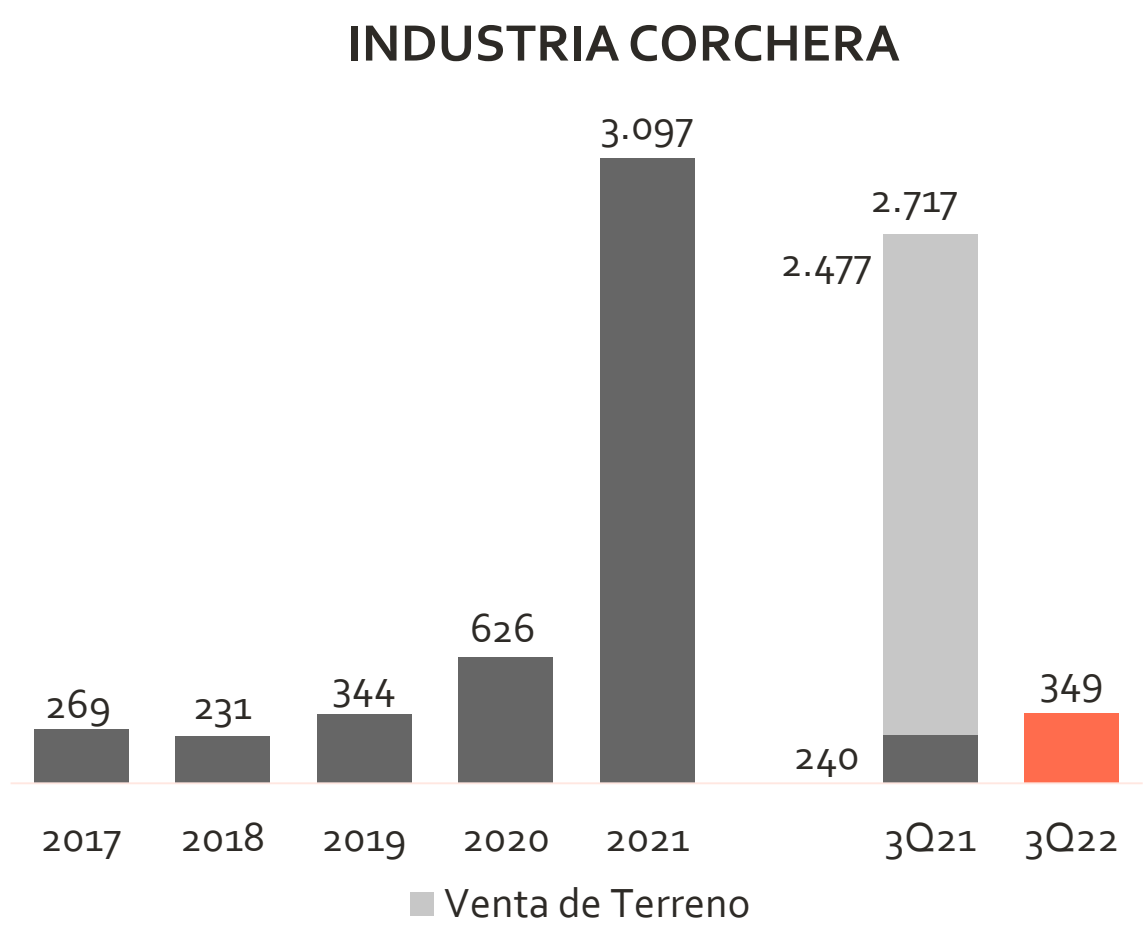
FACTORES A DESTACAR:

- Efecto positivo, inflación anual pactada de 2,78% vs 14,80% (trimestral anualizada). Ahorro estimado de **Ch$ 4.918 MM** durante el tercer trimestre de 2022.

Resultado Empresas Coligadas e Interés Minoritario

(Valor proporcional para CyT)





Diversificación de monedas en 3Q22

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

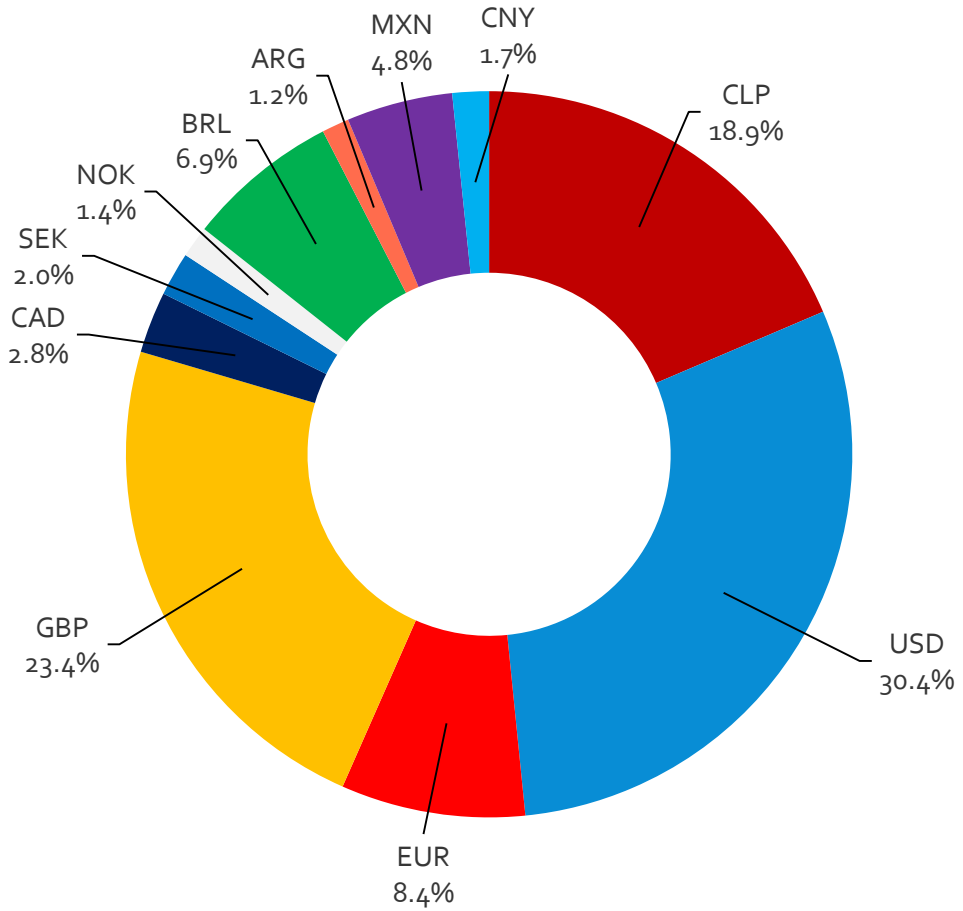
Variación del tipo de cambio 3Q22 vs 3Q21

Canasta CyT: +11,3%

Dólar: +20,1%

Libra: +2,2%

EUR: +2,6%



Impuestos 3Q22

(Ch$ millones)	3Q22	3Q21	VAR (%)
Venta consolidada	223.656	204.440	9,4%
Ganancia bruta	89.479	82.929	7,9%
EBIT	25.955	35.891	(27,7%)
Utilidad antes de impuestos	**29.181**	**40.786**	**(28,5%)**
Impuestos	(3.782)	(10.183)	(62,9%)

Utilidad neta 3Q22

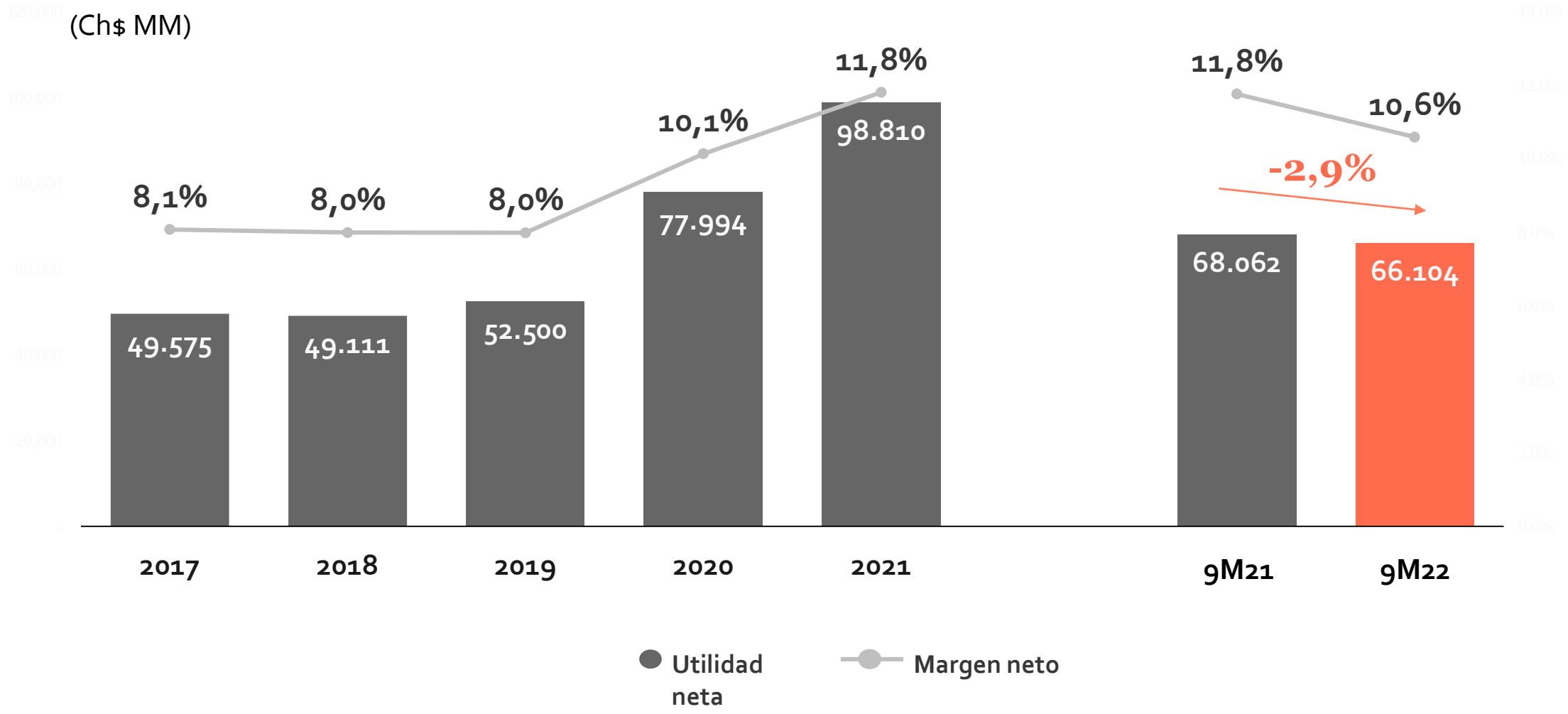
(Ch$ millones)	3Q22	3Q21	VAR (%)
Venta consolidada	223.656	204.440	9,4%
Ganancia bruta	89.479	82.929	7,9%
EBIT	25.955	35.891	(27,7%)
Utilidad neta	25.225	30.316	(16,8%)
Margen neto	**11,3%**	**14,8%**	**(360 pb)**

03

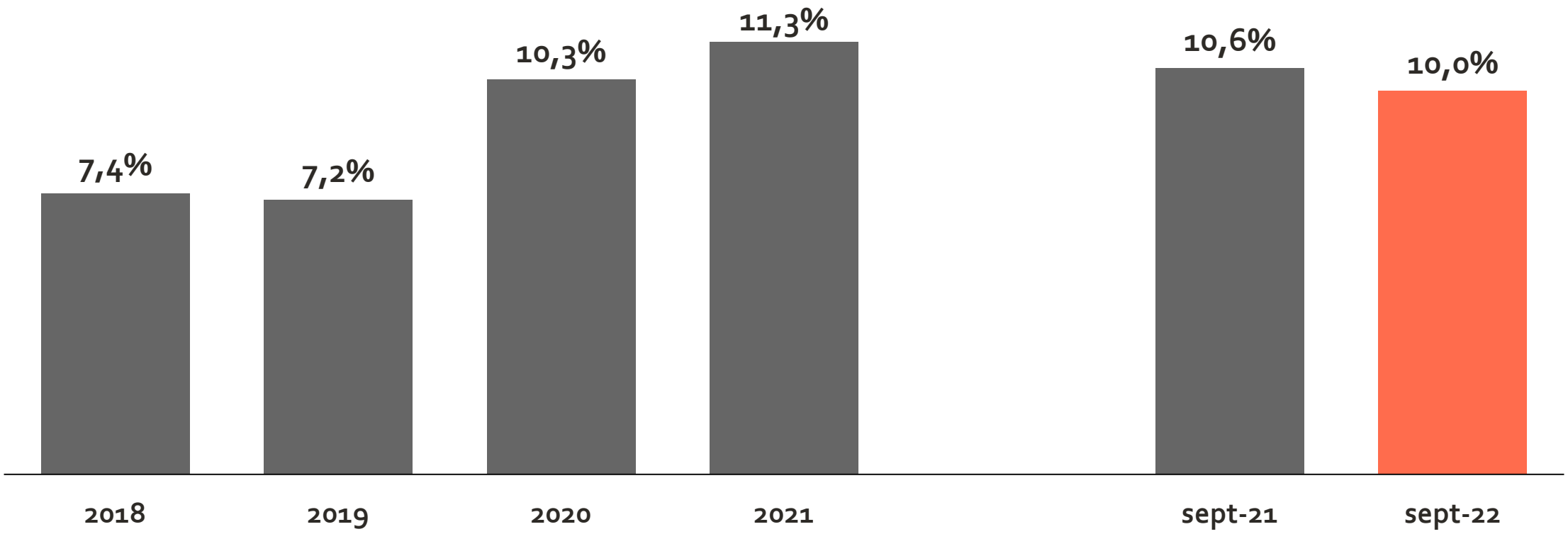
Resultado financiero 9M22

Osvaldo Solar, CFO

9M22: Utilidad neta y margen neto

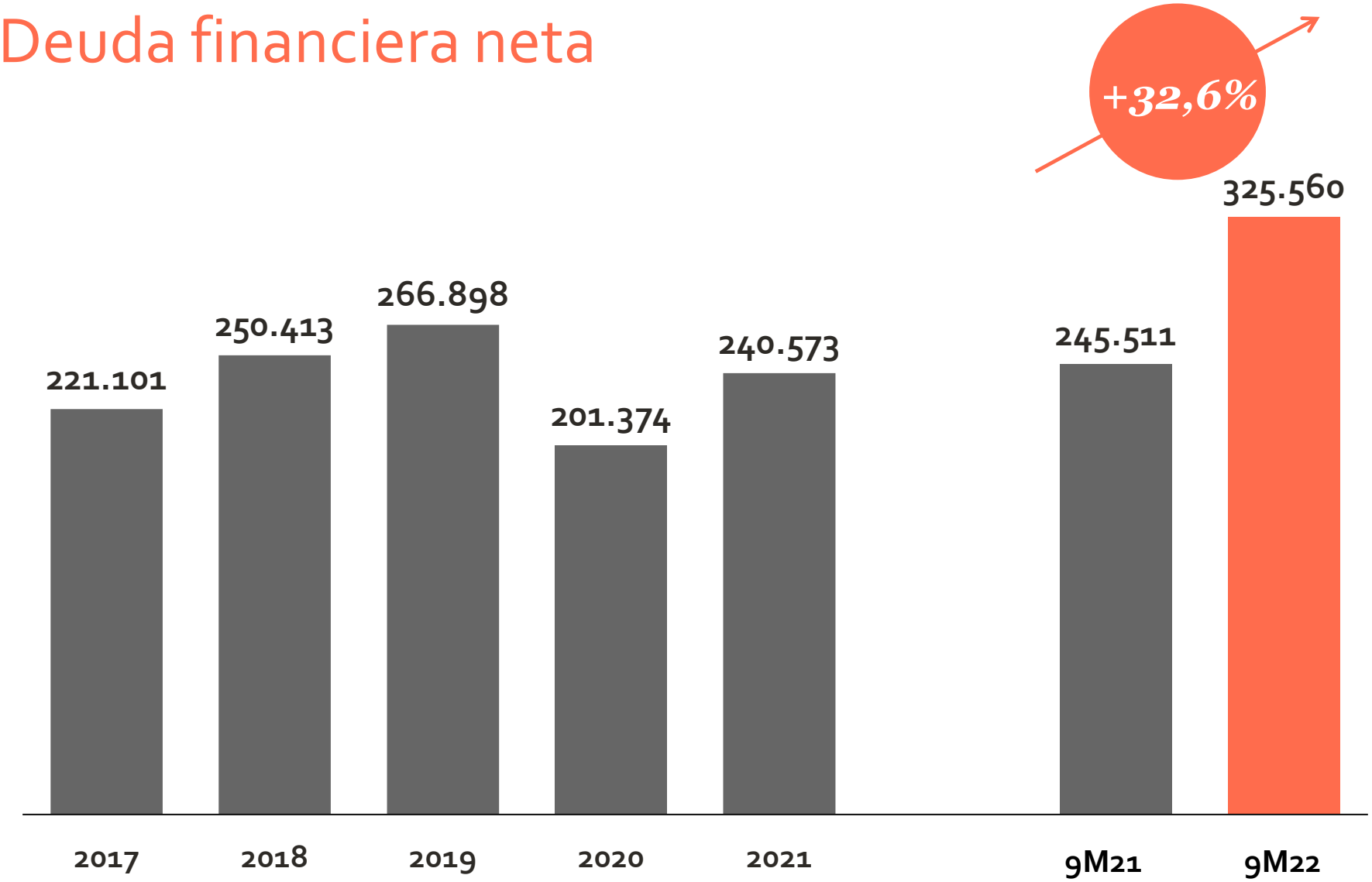


Retorno sobre el capital invertido – ROIC



ROIC: (Margen Operacional – Impuestos + Diferencias de Cambio) / (Patrimonio – Otros Pasivos Financieros – Derivados – Caja).
*Cuentas de Resultados corresponde a los 12 meses móviles.
*Cuentas de Balance corresponden al promedio de los últimos cuatro trimestres.

Deuda financiera neta



Aumenta en:

Ch$ 80.049 MM vs 9M21

Aumenta en:

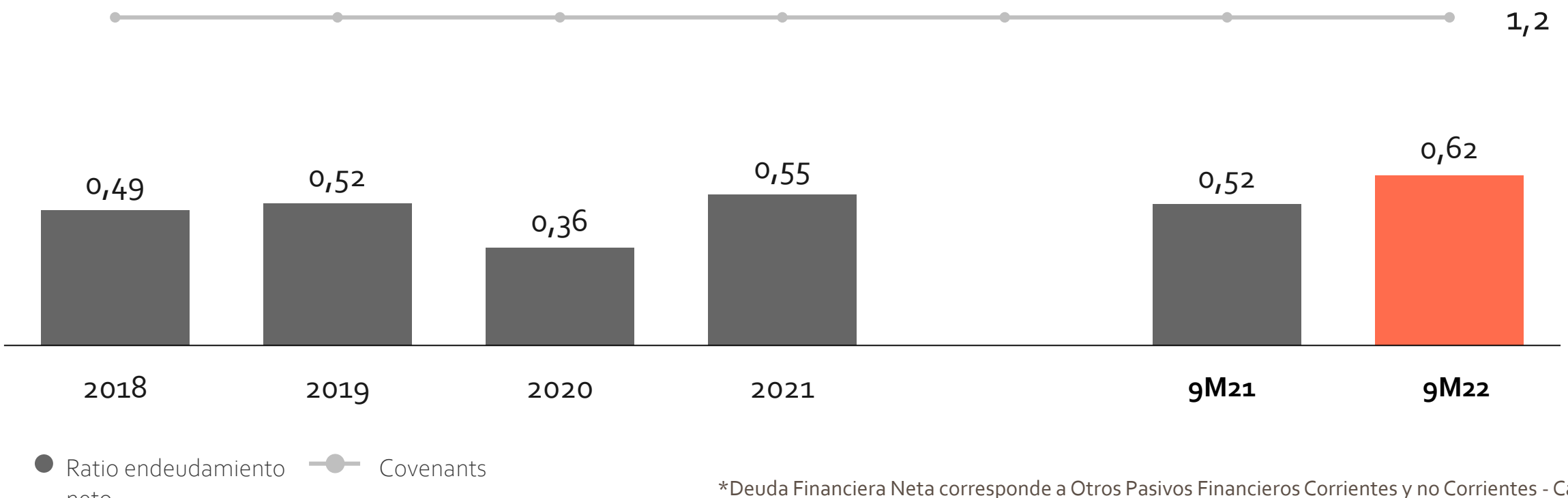
Ch$ 84.987 MM vs 2021

La Deuda Financiera Neta es calculada como: Deuda Financiera Bruta incluyendo el efecto de Derivados relacionados a la Deuda Financiera – Intereses – Efectivo y equivalente al efectivo.

Adecuado nivel de endeudamiento relativo al tamaño del Patrimonio

SOLIDEZ FINANCIERA

Ratio Endeudamiento Neto
(Deuda Financiera Neta*/ Patrimonio)



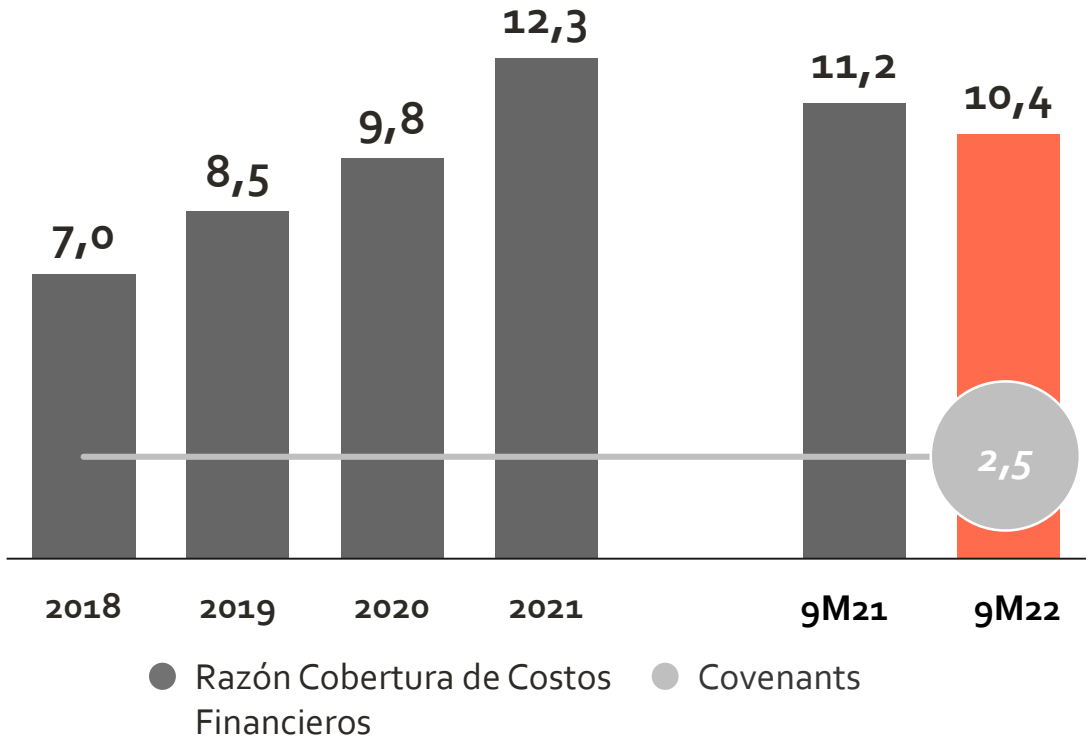
*Deuda Financiera Neta corresponde a Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes - Caja

*Ratio Deuda Financiera Neta / Patrimonio excluyendo derivados a Septiembre 2022 es 0,48

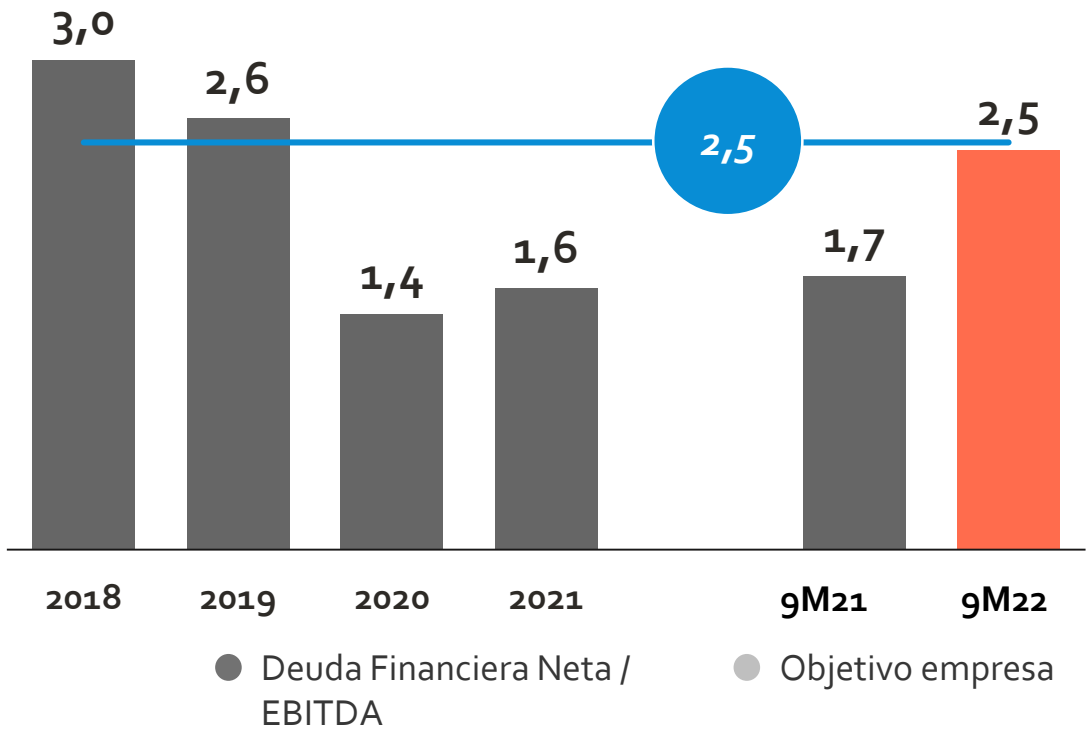
Deuda y Gasto financiero vs generación de Caja

SOLIDEZ FINANCIERA

Razón Cobertura de Costos Financieros



Deuda Financiera Neta*/ EBITDA



*Deuda Financiera Neta: Otros Pasivos Financieros Corrientes y No Corrientes (K + i) – Derivados – Caja.

*Ratio Deuda Financiera Neta/EBITDA incluyendo derivados a Septiembre 2022 es 3,2.

Perspectivas al cierre

En un escenario que se mantiene desafiante, seguiremos trabajando para alcanzar nuestros objetivos de crecimiento y rentabilidad, siempre con una mirada de mediano y largo plazo.

- Convicción de que la estrategia de *Premiumización* ha rendido frutos y en su relevancia para asegurar un crecimiento sostenido y rentable en el tiempo.
- Continuar con la inversión en marcas como un elemento fundamental para el desarrollo de los mercados Premium.
- Estricto control de costos y gastos.
- Mantener la fortaleza financiera de la compañía.

Resultados 3Q22

PRESENTACIÓN A INVERSIONISTAS

VIÑA CONCHA Y TORO

FAMILY OF WINERIES