



PRESENTACIÓN A INVERSIONISTAS

Resultados 4Q22 y 2022

VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

ÍNDICE

Cap. 01

Resultados 2022

Eduardo Guilisasti, CEO

Cap. 02

Análisis de ventas 4Q22

Blanca Bustamante, IR Director

Cap. 03

Resultado financiero 4Q22 y 2022

Oswaldo Solar, CFO

Cap. 01

Resultado 2022

Eduardo Guilisasti, CEO



Visión General

The background of the slide features a sunset sky with a gradient from light orange to dark purple. In the foreground, the dark silhouettes of grapevines and leaves are visible, creating a layered effect against the bright horizon.

Un desafiante y complejo año 2022

Ha sido un año desafiante que nos ha llevado a gestionar las distintas áreas del negocio, que puso a prueba nuestra resiliencia para adecuarnos con rapidez y convicción al nuevo entorno productivo, logístico, comercial y financiero, que hemos enfrentado a nivel global.



Aspectos que hemos trabajado y adecuado:

- **Productivo:** Asegurar la producción de nuestros productos, en vinos, insumos y disponibilidad de mano de obra.
- **Logístico:** Hacer un fuerte seguimiento a nuestra cadena logística, fortaleciendo nuestra relación con las principales navieras, junto a medidas excepcionales que nos permitió eliminar el backlog de comienzos de año.
- **Comercial:** Asumir un mayor gasto, que será de carácter transitorio, en el concepto de fletes para asegurar la disponibilidad de nuestros productos y reducir la pérdida de ventas promocionales al mínimo. Junto a lo anterior seguir fortaleciendo el posicionamiento de nuestras marcas, cara al largo plazo, sin reducir la inversión en marketing.
- **Financiero:** El mayor costo del capital nos ha llevado a tener un mayor foco en la reducción de inventarios, sin arriesgar la adecuada disponibilidad de productos para abastecer la demanda.

Resultado 2022 menor al objetivo propuesto

- A pesar de los esfuerzos realizados, no pudimos alcanzar el gran objetivo que nos propusimos para el año 2022: **Llegar a un resultado operacional de Ch\$ 140.000 MM.**
- Logramos un resultado operacional de **Ch\$ 104.873 MM**, lo que representa una caída del **25,1%** con respecto a nuestra meta, es decir, **-Ch\$ 35.127 MM.**
- No haber alcanzado este objetivo, nos lleva a hacer una revisión de nuestro negocio para resituar a la compañía en la senda del crecimiento.

Resultado 2022 vs 2021, impactado por eventos extraordinarios que no deberían repetirse con la misma intensidad en 2023.

IMPACTOS EN LAS PRINCIPALES LÍNEAS:

1. **Ventas:** Caída en volumen de un 9,6%, equivalente a 3.595 mil cajas.
2. **Costos de explotación:** Aumento de Ch\$ 45.056 MM.
3. **Gastos de Administración y Ventas:** Aumento de Ch\$ 8.013 MM.
4. **Positivo efecto del tipo de cambio:** Ch\$ 29.541 MM.
5. Menor resultado en nuestras operaciones con origen en EE.UU. y Argentina.

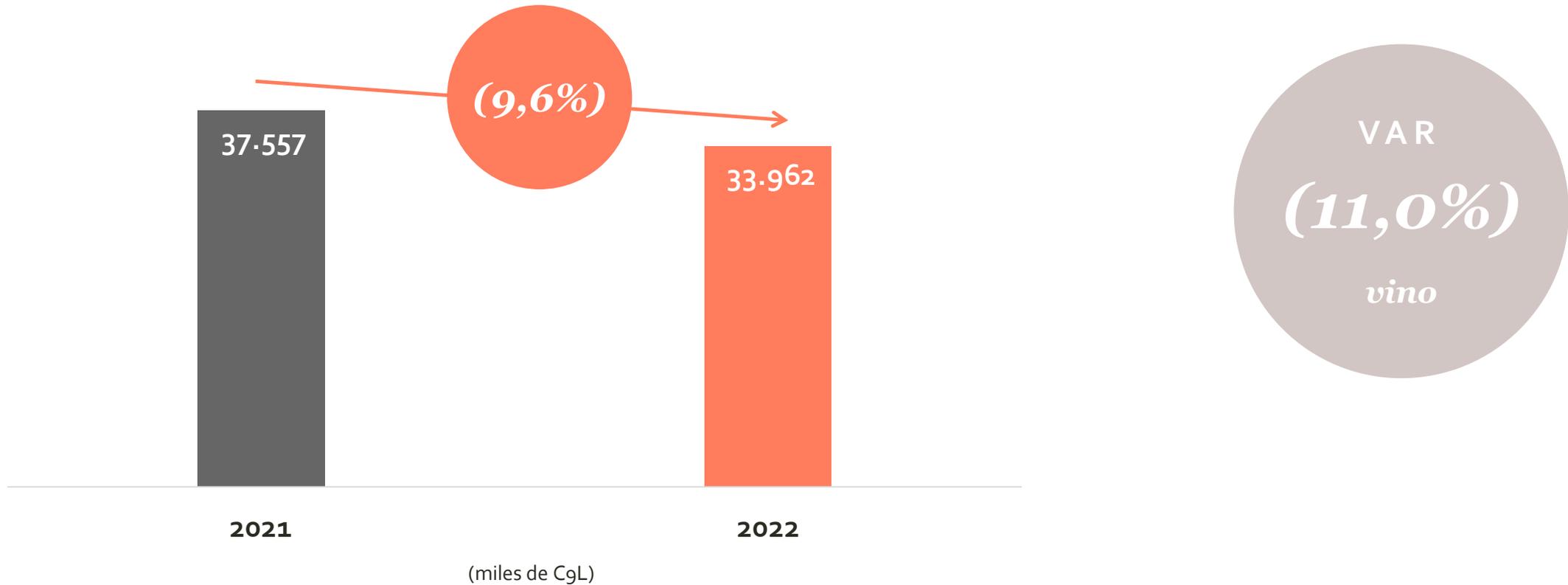
Análisis Resultados 2022

The background of the slide features a sunset sky with a gradient from light orange to dark purple. In the foreground, the dark silhouettes of grapevines and leaves are visible, creating a layered effect against the bright horizon.

1. Volumen de ventas 2022

Disminución de **9,6% en volumen**, lo que representa una caída de **3.595 MC9L**.

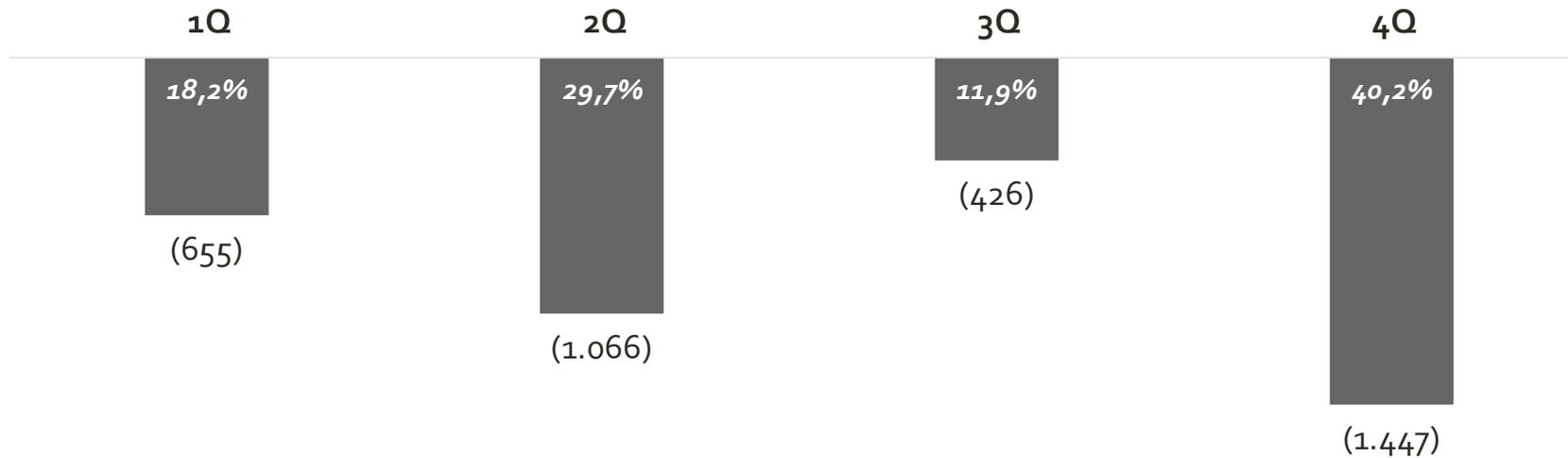
Por origen, la disminución fue de **2.891 MC9L** en Chile, **399 MC9L** en EE.UU. y **305 MC9L** en Argentina.



Evolución trimestral de volúmenes

- Participación (%) de cada trimestre en la caída total

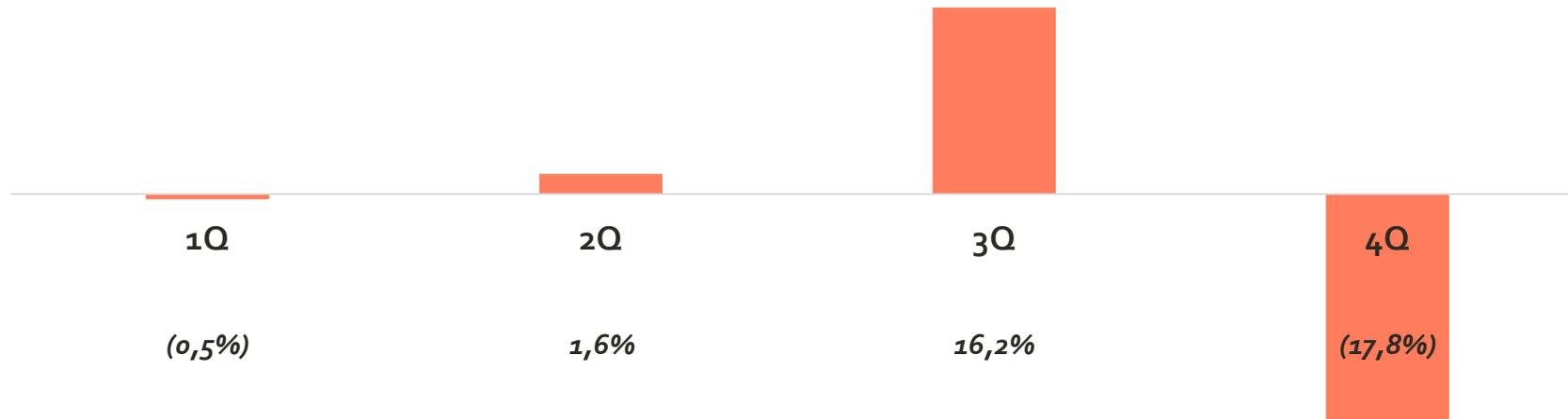
CONTRACCIÓN DE VOLÚMENES EN MILES DE CgL



Evolución trimestral de volúmenes

- Variación de las exportaciones por trimestre desde Chile

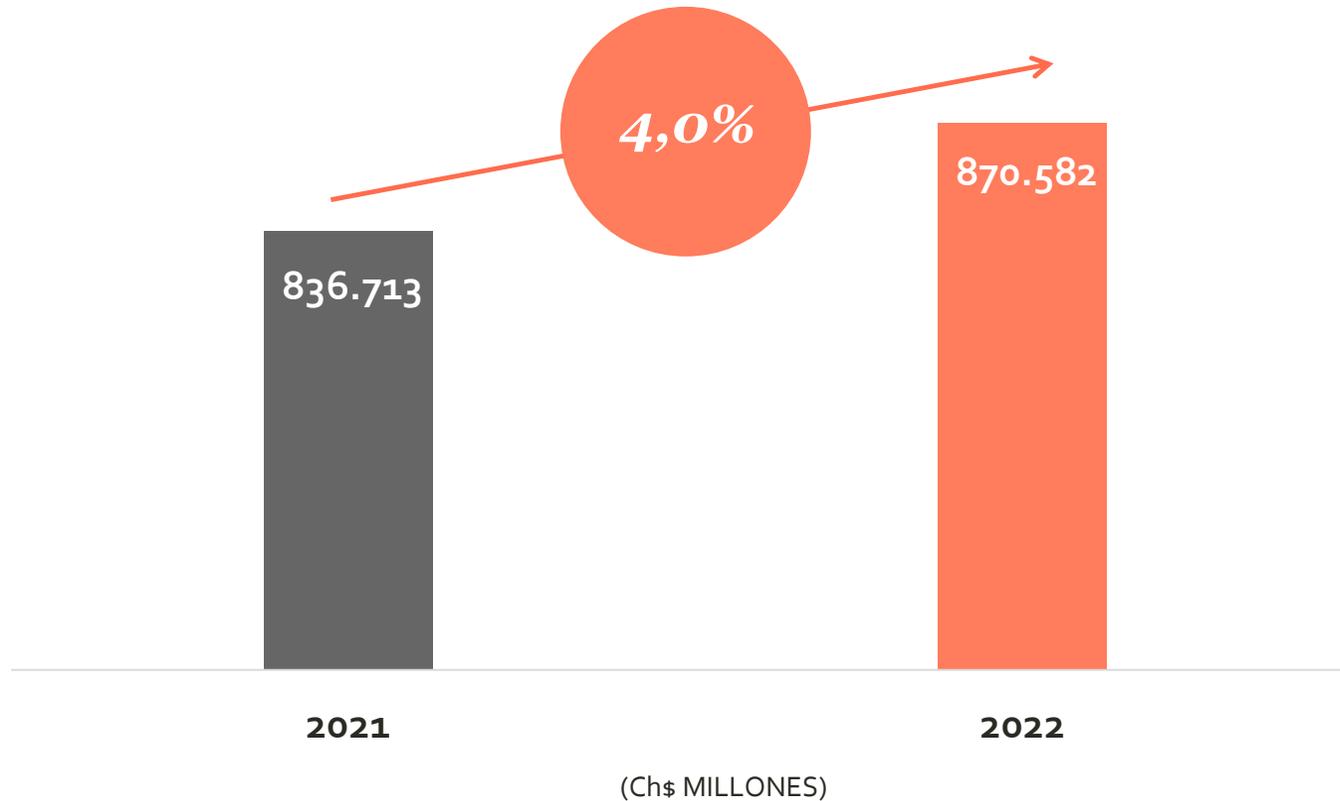
VARIACIÓN DE VOLÚMENES EN MILES DE C9L



Fuente: Vinos de Chile a diciembre 2022.

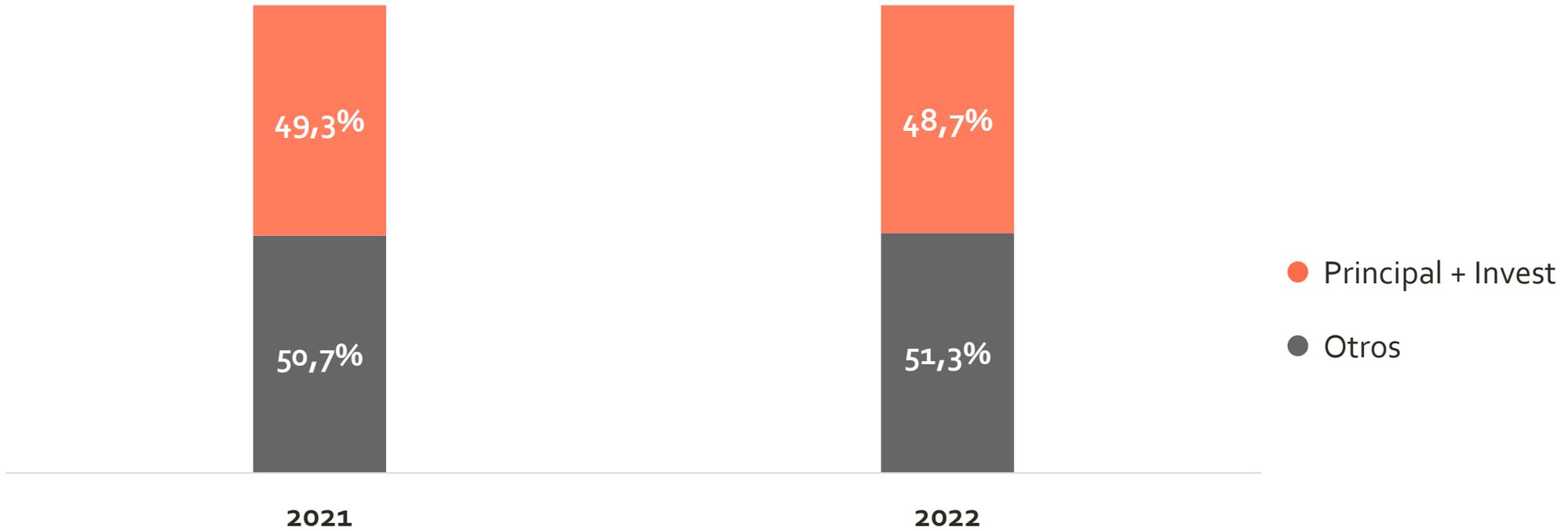
Ventas en valor crecen en 2022

Las ventas en valor crecieron en **Ch\$ 33.869 MM**, un **4,0%**. Este resultado refleja un mayor precio promedio y un efecto de tipo de cambio favorable, compensado por un menor volumen.



Mix Principal + Invest: *-60 pb*

% DE VENTA TOTAL EN VALOR



Desempeño de los cuatro principales mercados

Resultado que refleja menores volúmenes en los principales mercados, un mayor precio promedio y desaceleración del consumo a nivel industria.

2022	% de la Venta	Var % Valor
Reino Unido	23,5%	(3,0%)
Chile	16,7%	(0,6%)
EE.UU.	15,0%	3,4%
Brasil	6,4%	0,5%

Desempeño por categoría

Las categorías de mayor valor crecieron a tasas de doble dígito.

2022	Var % Valor
Ultra Premium	33,6%
Super Premium	10,0%
Premium	1,0%
Varietales	2,7%

Resultado de ventas impactado por:

- Fuerte acumulación de inventarios a lo largo de la cadena logística a diciembre del 2021 por temores a desabastecimiento.
- Necesidad de optimización de capital de trabajo por alzas de tasas de interés no vistas en los últimos 15 años.
- Desaceleración en la demanda hacia el cuarto trimestre.
- Alzas de precios en nuestro portafolio, de manera especial en Casillero del Diablo, por efectos de mayores costos y para cuidar el posicionamiento de la marca.

2. Costos de Explotación

<i>(millones de Ch\$)</i>	2022	2021	Var (Ch\$)	Var (%)
Costo de explotación	(528.861)	(501.793)	(27.068)	5,4%
% Costo exp. / Ventas	(60,7%)	(60,0%)		(80 pb)

Principales variaciones:

- El aumento en costos de insumos secos, equivalente a **Ch\$ 20.094 MM.**
- Fuerte aumento en tarifas de fletes navieros, equivalente a **Ch\$ 15.171 MM (+101.9%)**. Asumimos un mayor costo producto de nuestra integración vertical.
- Un aumento en Operaciones y Supply Chain de **Ch\$ 9.790 MM.**

En este periodo se privilegió el abastecimiento, con un importante alza en el nivel de inventarios en nuestros centros de distribución a nivel mundial.

3. Gastos de administración y ventas

GAV consolidado	2022	2021	Var (Ch\$)	Var (%)
GAV	(234.767)	(205.736)	(29.031)	14,1%
Venta neta	870.582	836.713	33.869	4,0%
% Venta	-27,0%	-24,6%		(240 pb)

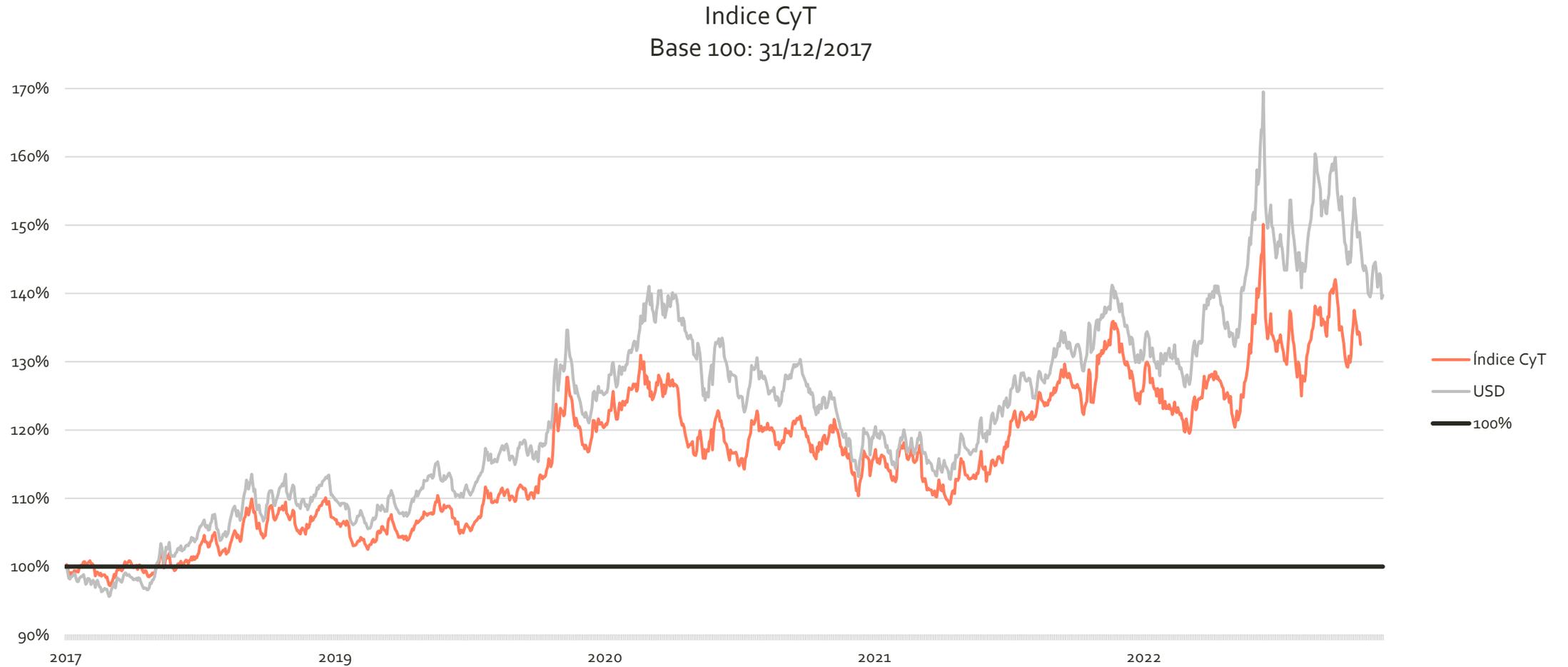
Principales variaciones:

- En términos porcentuales la mayor alza correspondió al área logística, con **+19,2%**.
- Se incrementó el gasto de marketing un **10,0%** para fortalecer el posicionamiento de nuestras principales marcas.
- Alzas en remuneraciones por la indexación de salarios a la inflación de **9,9%**.

4. Positivo efecto del tipo de cambio de Ch\$ 29.541 MM

	TC 2022	TC 2021	Var (%)
USD	875	762	14,8%
EUR	918	899	2,2%
GBP	1.075	1.048	2,5%
CAD	676	608	11,2%
SEK	86	88	(2,6%)
NOK	91	88	2,6%
BRL	171	141	21,1%
ARG	7	8	(16,3%)
MXN	44	38	16,5%
CNY	130	119	8,7%

4. Índice CyT



El índice CyT corresponde a la variación respecto al peso chileno de la canasta ponderada de las monedas de facturación de Viña Concha y Toro.

5. Menor resultado en nuestras operaciones con origen en EE.UU. y Argentina

Variación 22 vs 21	EE.UU.	Argentina
Ventas	(0,9%)	2,6%
Costo de explotación	5,4%	26,2%
Margen bruto	(13,0%)	(12,4%)
GAV	11,5%	21,0%
Menor Resultado Operacional	(Ch\$ 13.525 MM)	(Ch\$ 7.643 MM)

6. Resultado No Operacional

<i>(millones de Ch\$)</i>	2022	2021	Var (Ch\$)	Var (%)
Ingresos financieros	3.522	2.819	702	24,9%
Costos financieros	(15.564)	(13.060)	(2.504)	19,2%
Resultados por unidades de reajuste	297	101	196	194,3%
Gasto financiero neto	(11.745)	(10.140)	(1.605)	15,8%
% ventas	(1,3%)	(1,2%)		(10 pb)
Diferencias de cambio	1.660	(431)	2.090	(485,5%)
Resultado no operacional *	(10.085)	(10.571)	485	(4,6%)

* No considera resultados de empresas coligadas

7. Resultado 2022 consolidado

<i>(millones de Ch\$)</i>	2022	2021	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	870.582	836.713	4,0%
Costo de explotación	(528.861)	(501.793)	5,4%
Ganancia bruta	341.721	334.920	2,0%
Margen bruto	39,3%	40,0%	(80 pb)
GAV	(234.767)	(205.736)	14,1%
Ganancias de actividades operacionales	104.873	132.912	(21,1%)
Margen operacional	12,0%	15,9%	(380 pb)
Utilidad neta	87.213	98.810	(11,7%)
Margen neto	10,0%	11,8%	(180 pb)

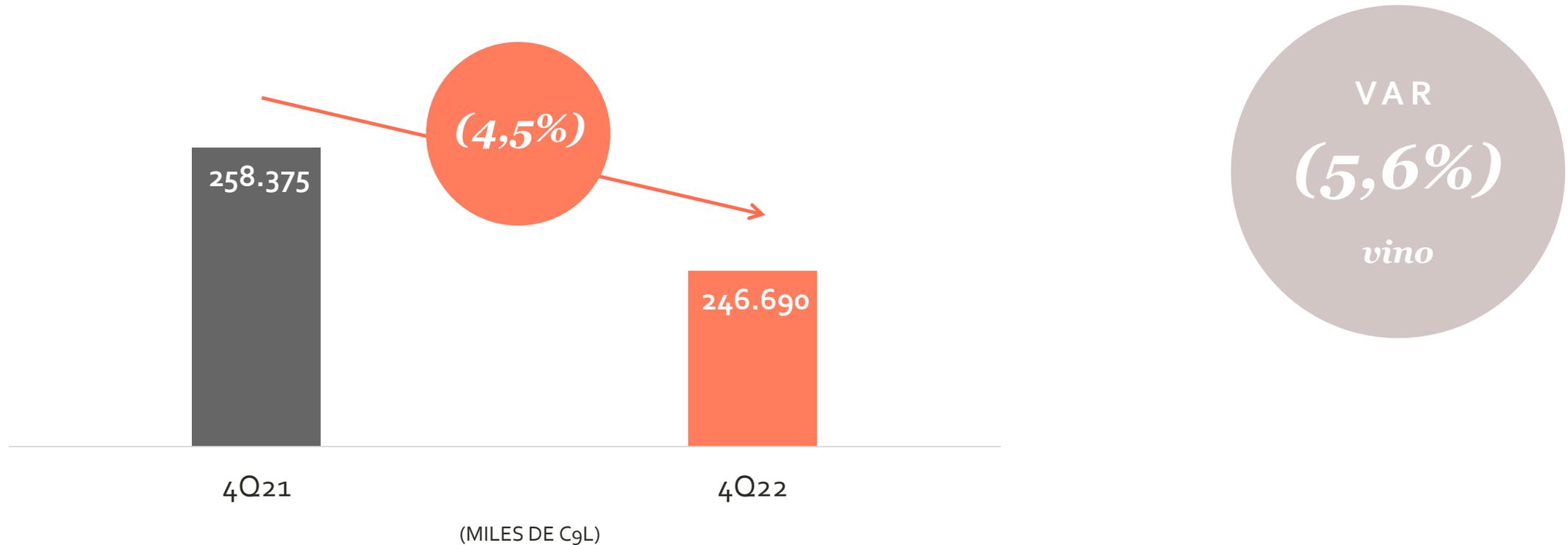
Cap. 02

Análisis de ventas 4Q22

Blanca Bustamante, IR Director

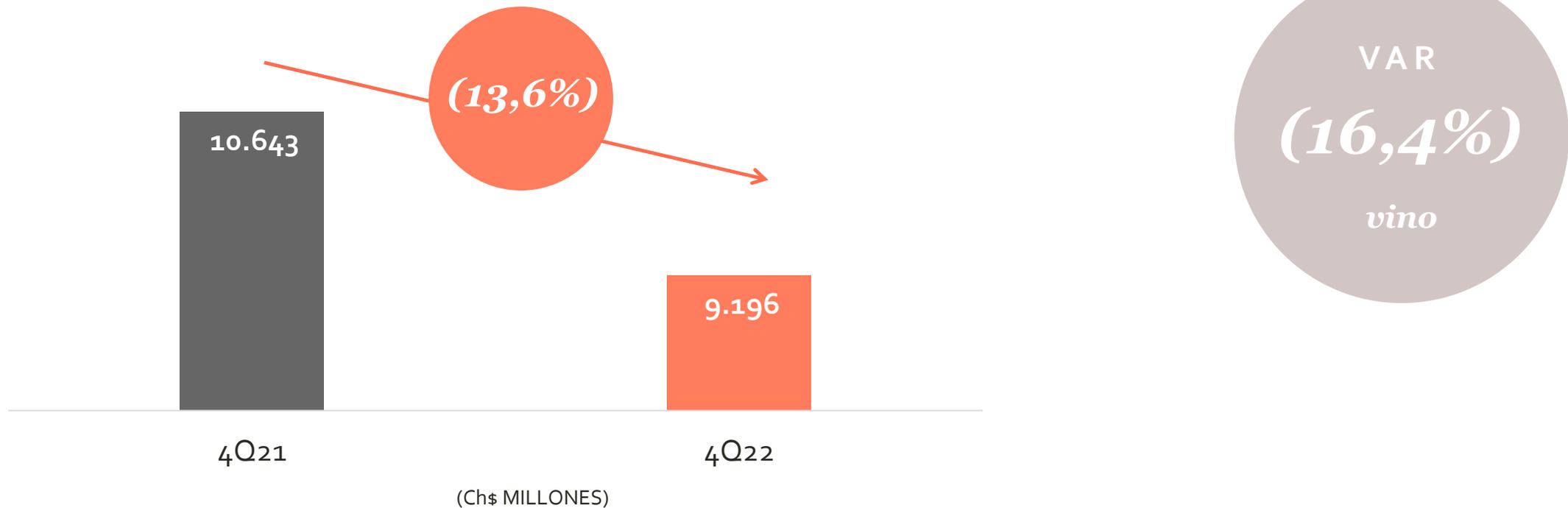
Ventas en 4Q22

Caída en la venta del trimestre debido a menores volúmenes, un mayor precio promedio y desaceleración de la industria.



Volumen en 4Q22

Durante este trimestre, el volumen de vino cayó un 16,4%, reflejando desaceleración en la industria y ajustes de inventarios de los distribuidores y retailers.



Principales alzas de precios en moneda local (no considera efecto mix)

4Q22	Variación precio en moneda local
Reino Unido	4,7%
Chile	5,1%
EE.UU.	4,2%
México	9,3%
Canadá	12,9%
Corea del Sur	12,2%
China	14,6%
Colombia	16,1%
Noruega	10,3%

Desempeño de nuestros mercados principales

4Q22	% de Ventas	Var % Valor	Var % Volumen
Reino Unido	22,7%	(12,0%)	(16,2%)
Chile	15,9%	(4,3%)	(5,0%)
EE.UU.	15,7%	6,1%	(8,0%)
México	8,2%	21,9%	(5,8%)
Japón	6,9%	1,3%	(13,8%)
Brasil	4,7%	(14,9%)	(23,5%)
Canadá	2,2%	(26,9%)	(39,9%)
Corea del Sur	2,2%	139,6%	94,4%
China	2,2%	(12,6%)	(30,8%)
Países Bajos	2,2%	4,7%	3,9%

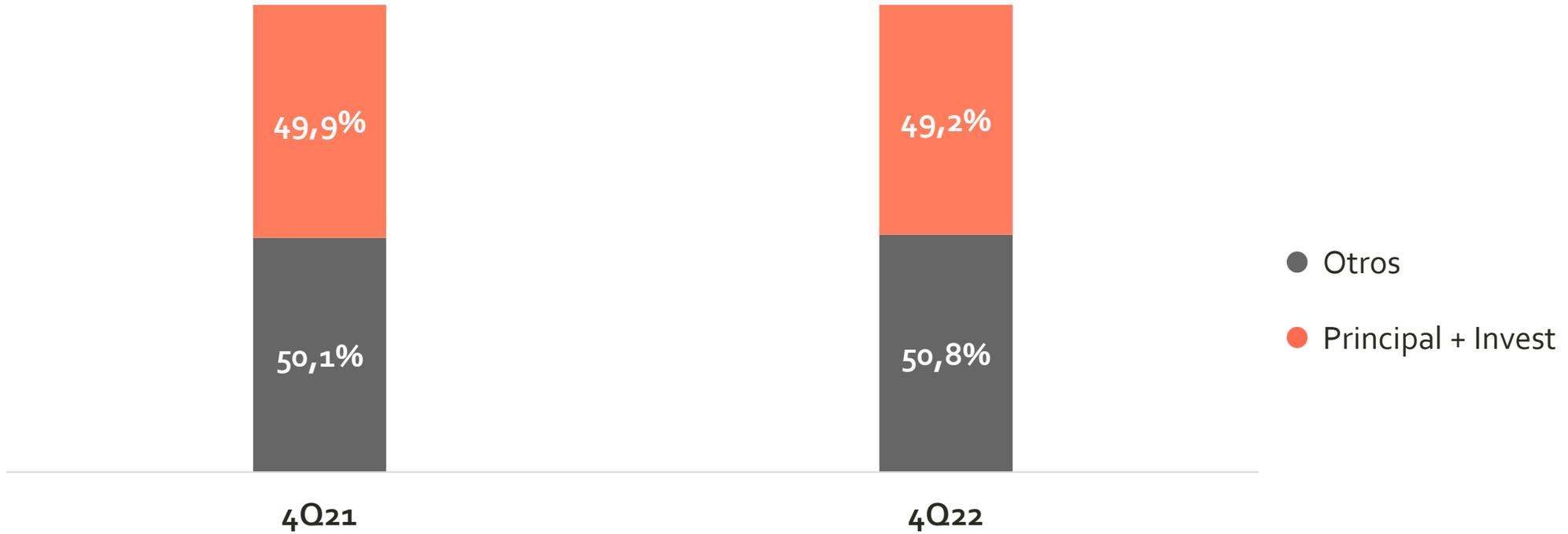
Vino: Desempeño de la Matriz de marcas

4Q22 VINO	Var % Valor	Var % Volumen
PRINCIPAL	(13,1%)	(21,6%)
INVEST	2,6%	(6,7%)
PROTECT	(6,1%)	(15,4%)
WATCH	4,0%	(14,1%)
PORTFOLIO SUPER & ULTRA PREMIUM	1,2%	9,0%
TOTAL VINO	(5,6%)	(16,4%)

MATRIZ DE MARCAS

Mix Principal + Invest: *-60 pb*

% DE VENTA TOTAL EN VALOR



Cap. 03

Resultado financiero 4Q22 y 2022

Oswaldo Solar, CFO

Ganancia bruta **-11,9%**, impactada por alzas de costos

<i>(millones de Ch\$)</i>	4Q22	4Q21	Var (%)
Venta consolidada	246.690	258.375	(4,5%)
Costo de explotación	(151.459)	(150.235)	0,8%
Ganancia bruta	95.231	108.140	(11,9%)
Margen bruto	38,6%	41,9%	(330 pb)

3 conceptos que explican principalmente el alza de costos de explotación:

1. Aumento del costo de internación y fletes de **64,0%** (Ch\$ 4.567 MM).
2. Alzas en insumos seco con **22,7%** (Ch\$ 6.280 MM).
3. Costos de Operaciones y Supply Chain con **22,8%** (Ch\$ 4.045 MM).

GAV – Menores gastos absolutos en el trimestre

<i>(millones de Ch\$)</i>	4Q22	4Q21	Var (%)
Venta consolidada	246.690	258.375	(4,5%)
Ganancia bruta	95.231	108.140	(11,9%)
GAV	(65.068)	(65.884)	(1,2%)
GAV / Ventas	(26,4%)	(25,5%)	(90 pb)

Ratio GAV / Ventas aumenta debido al menor venta del trimestre.

2 conceptos que explican principalmente la disminución en los GAV:

1. Gastos de flete y envío, y arriendo de espacio logístico con **-3,1%**.
2. Marketing con **-3,1%**.

EBIT y EBITDA

<i>(millones de Ch\$)</i>	4Q22		4Q21		Var (%)	
		% / Ventas		% / Ventas		% / Ventas
Venta consolidada	246.690		258.375		(4,5%)	
Ganancia bruta	95.231	38,6%	108.140	41,9%	(11,9%)	(330 pb)
GAV	(65.068)	(26,4%)	(65.884)	(25,5%)	1,2%	(90 pb)
Otros ingresos y gastos	(406)	(0,2%)	(2.167)	(0,8%)	81,3%	70 pb
Resultado inmobiliario		0,0%		0,0%		
EBIT	29.757	12,1%	40.089	15,5%	(25,8%)	(350 pb)
EBITDA	37.467	15,2%	49.006	19,0%	(23,5%)	(380 pb)

Resultado No Operacional

<i>(millones de Ch\$)</i>	4Q22	4Q21	Var (Ch\$)	Var (%)
Gasto financiero neto (*)	(3.775)	(2.432)	(1.343)	55,2%
Diferencias de cambio	167	273	(105)	(38,6%)
Resultado No Operacional (**)	(3.608)	(2.160)	(1.448)	67,0%
Empresas coligadas	104	244	(140)	(57,3%)

(*) Gasto Financiero Neto = Ingresos Financieros, Costos Financieros y Resultados por unidades de reajuste.

(**) No considera resultados de empresas coligadas.

Resultado No Operacional

El resultado no operacional (*) disminuye en Ch\$ 1.448 MM por:

- Mayor gasto financiero neto por **Ch\$ 1.343 MM** (efecto capital Ch\$ 565 MM; efecto tasa Ch\$ 738 MM).
- Menor diferencias de cambio de **Ch\$ 105 MM**.

* No considera resultados de empresas coligadas

FACTORES A DESTACAR:

- Efecto positivo, inflación anual pactada de 2,78% vs 10,25% (trimestral anualizada). Ahorro estimado de **Ch\$ 3.205 MM** durante el cuarto trimestre de 2022.

Resultado No Operacional 2022 vs 2021

<i>(millones de Ch\$)</i>	2022	2021	Var (Ch\$)	Var (%)
Ingresos financieros	3.522	2.819	702	24,9%
Costos financieros	(15.564)	(13.060)	(2.504)	19,2%
Resultados por unidades de reajuste	297	101	196	194,3%
Gasto financiero neto	(11.745)	(10.140)	(1.605)	15,8%
% ventas	(1,3%)	(1,2%)		(10 pb)
Diferencias de cambio	1.660	(431)	2.090	(485,5%)
Resultado no operacional *	(10.085)	(10.571)	485	(4,6%)

* No considera resultados de empresas coligadas

Diversificación de monedas

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

VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO 4Q22 VS 4Q21

Índice canasta CyT: +4,4%

Dólar: +10,1%

Libra: -3,6%

EUR: -1,3%

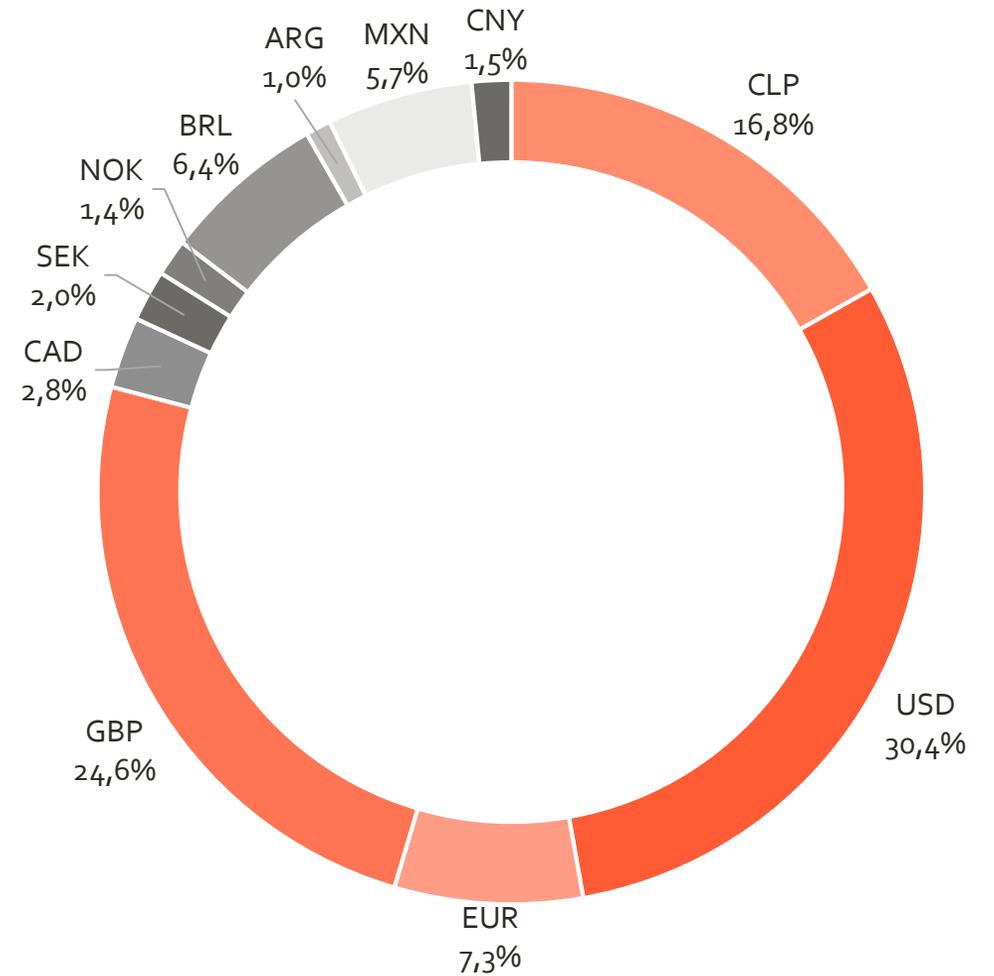
VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO 2022 VS 2021

Índice canasta CyT: +9,0%

Dólar: +14,8%

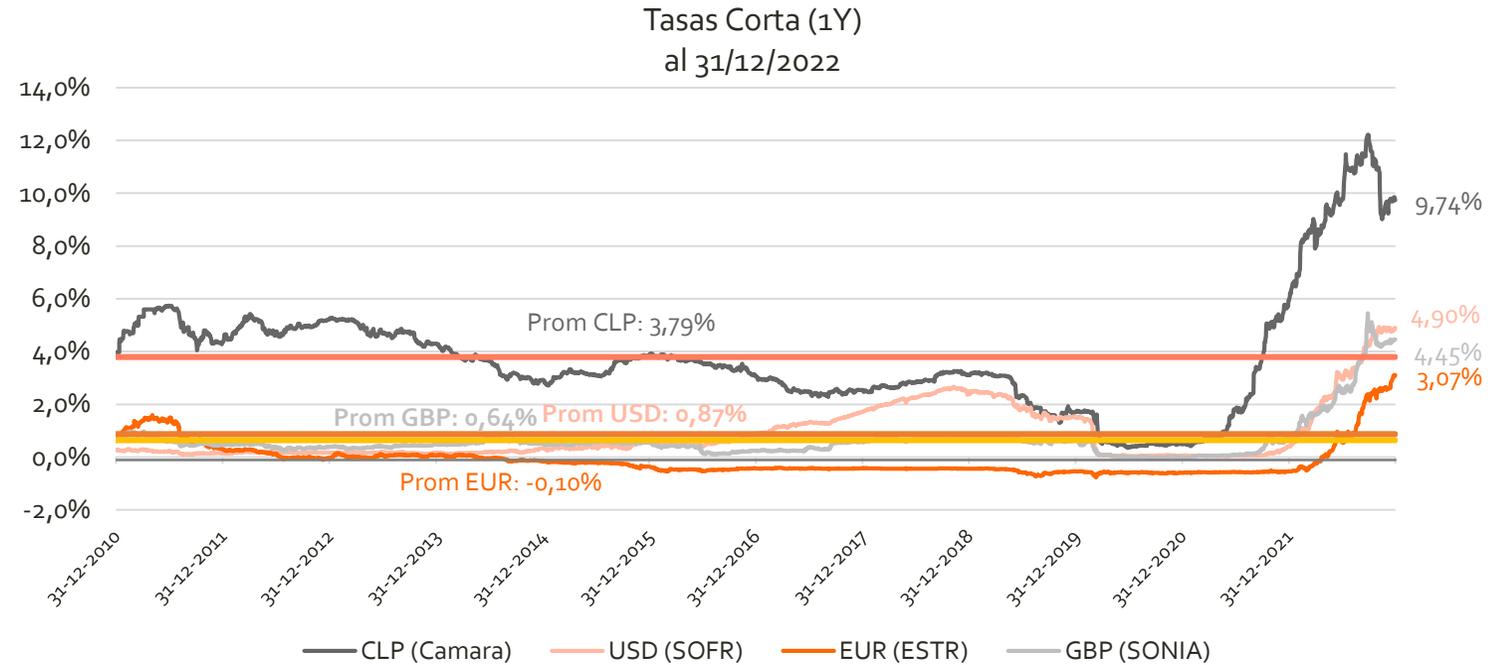
Libra: +2,5%

EUR: +2,2%



Resultado No Operacional: Efectos alza tasa de interés

Tasas de Interés	2022		2021	
	Tasa	Proporción	Tasa	Proporción
CLP	5,2%	52,6%	4,8%	72,0%
UF	3,6%	0,6%	3,4%	0,7%
USD	2,7%	34,3%	1,8%	23,6%
BRL	12,9%	2,3%	6,5%	1,4%
ARS	29,2%	2,1%	29,3%	1,9%
MXN	11,0%	0,3%	7,7%	0,4%
EUR	0,5%	2,5%	0,0%	0,0%
GBP	2,8%	5,5%	0,0%	0,0%
Tasa promedio	4,8%	100,0%	4,6%	100,0%

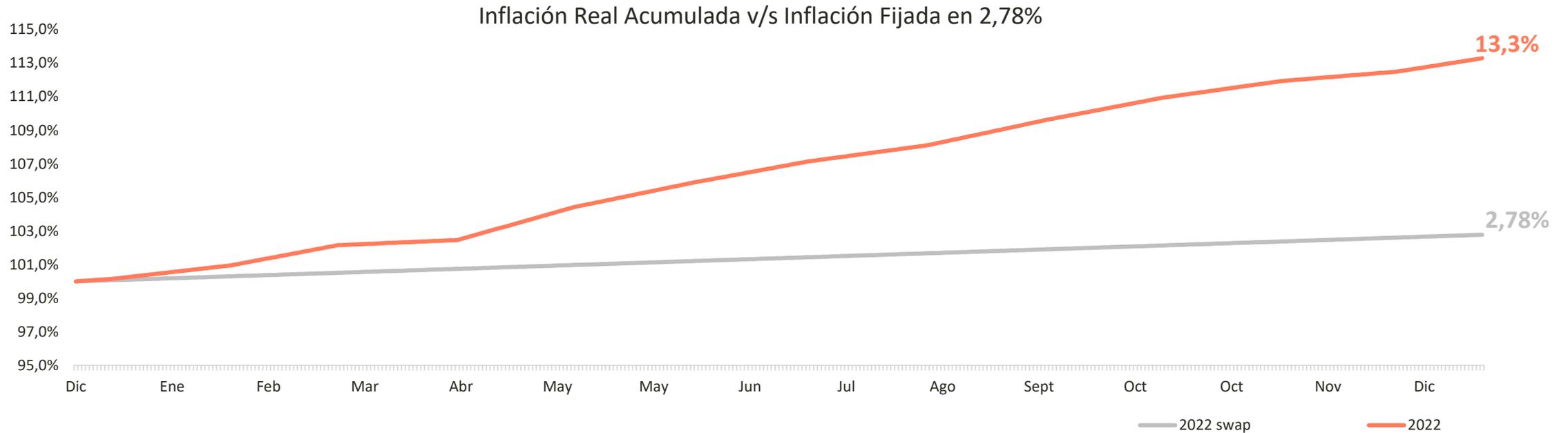


Impacto anual:

Efecto tasa de interés: -Ch\$ 626 MM por aumento de tasa de interés promedio, el cual ha sido minimizado cambiando el mix de moneda en la deuda y anticipando renovaciones de préstamos a principio de año.

Efecto capital: -Ch\$ 1.969 MM (aumento de deuda bruta promedio de Ch\$ 287.740 MM a Ch\$ 330.115 MM).

Resultado No Operacional: Efecto inflación



Beneficios 2022:

- 1) Inflación fijada para el año 2022: **2,78%**
 Efecto sin cobertura en 2022: **Ch\$ 22.704 MM**
 Efecto con inflación fija: **Ch\$ 5.064 MM**
Disminución de la pérdida: Ch\$ 17.641 MM
- 2) Menor impuesto por inflación (reajuste Patrimonio)
Ch\$ 14.243 MM 2022 versus **Ch\$ 6.060 MM** 2021

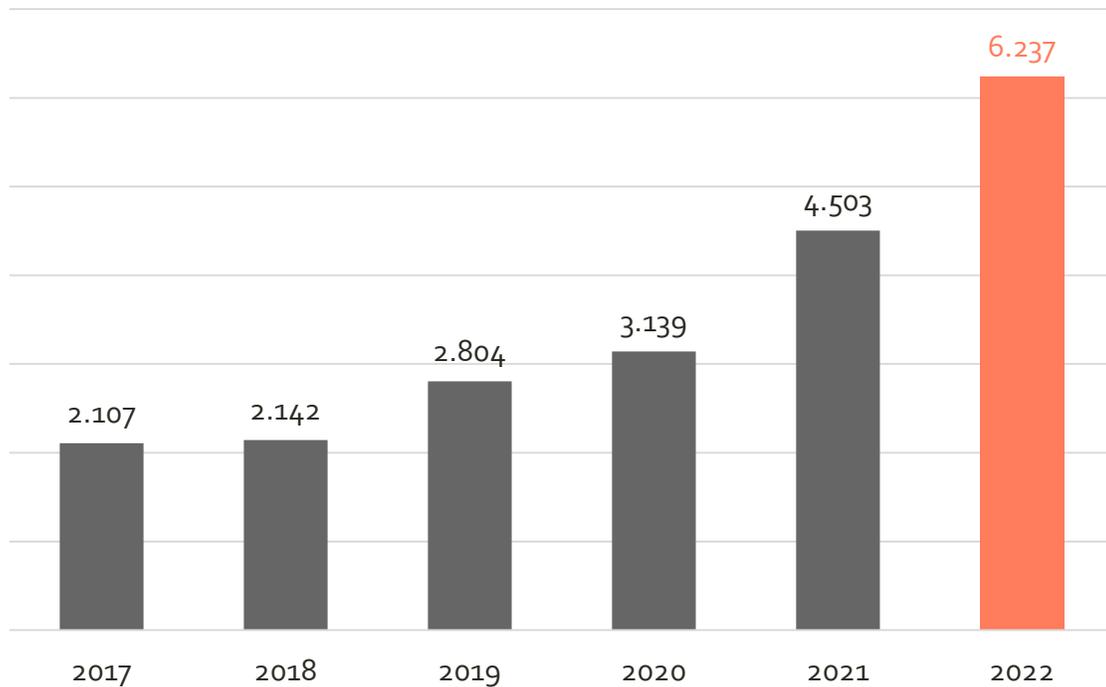
2023:

- 1) Actualmente el **100%** de los bonos están cubiertos.
 - **UF 5,25 MM** a CLP (inflación fijada en **2,78%**)
 - **UF 1,75 MM** a USD (tasa fijada en **4,47%**)

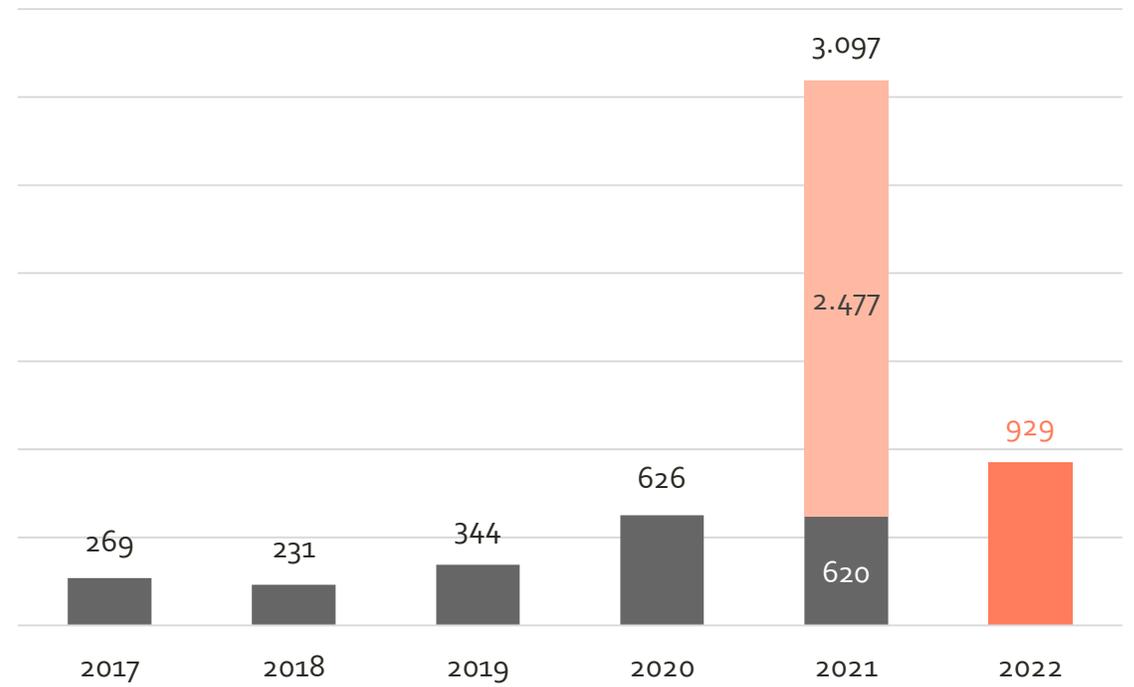
Resultado Empresas Coligadas

(Valor proporcional para CyT – Cifras en millones de Ch\$)

ALMAVIVA

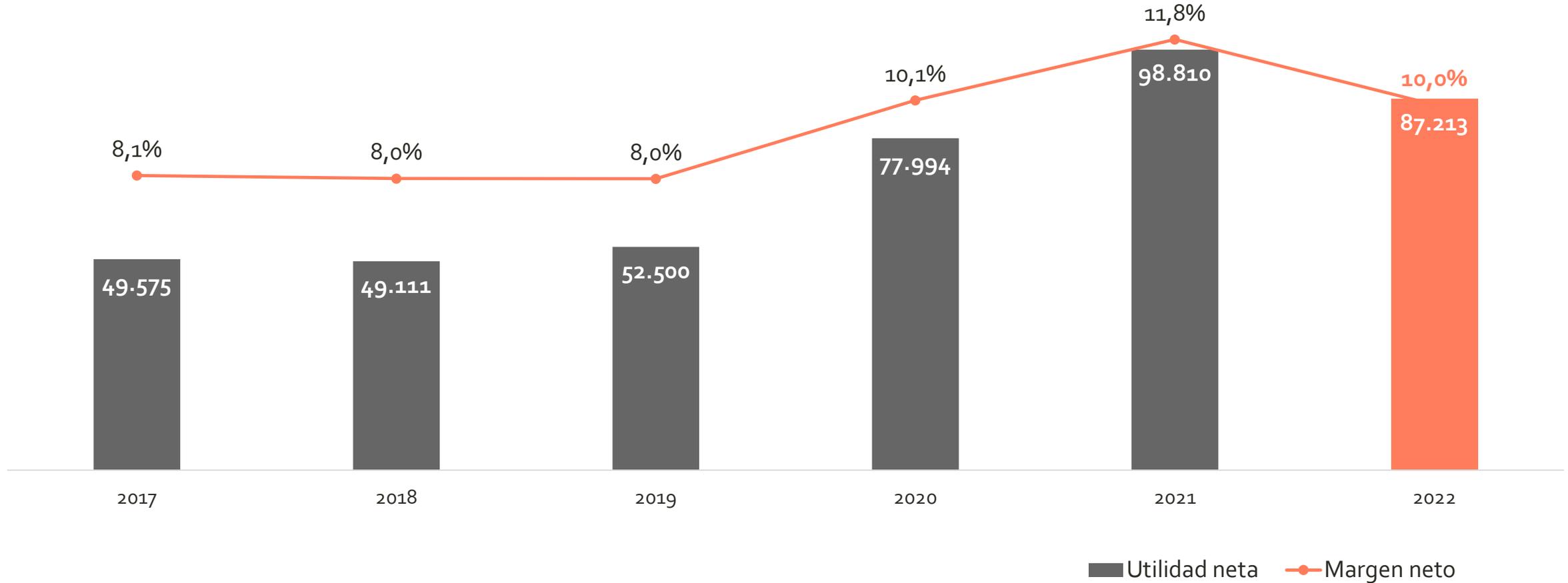


INDUSTRIA CORCHERA

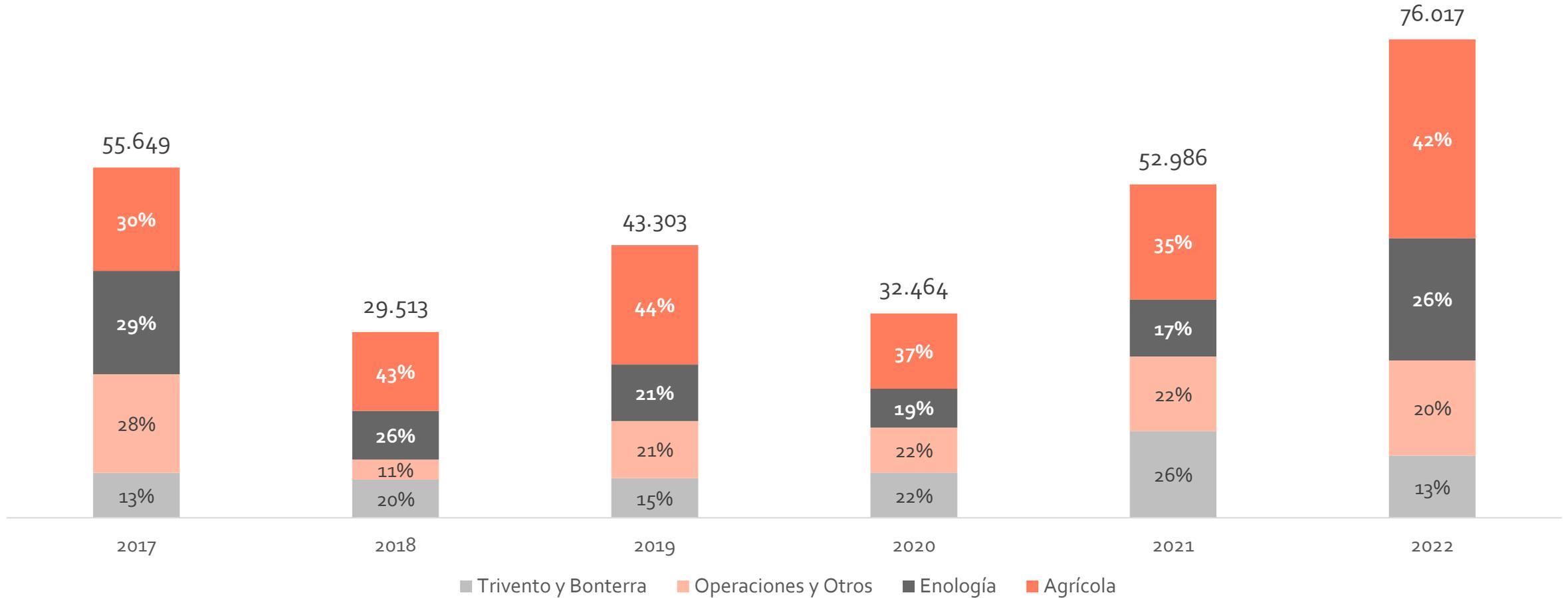


■ Venta de terreno

2022: Utilidad neta (Ch\$ MM) y Margen neto (%)

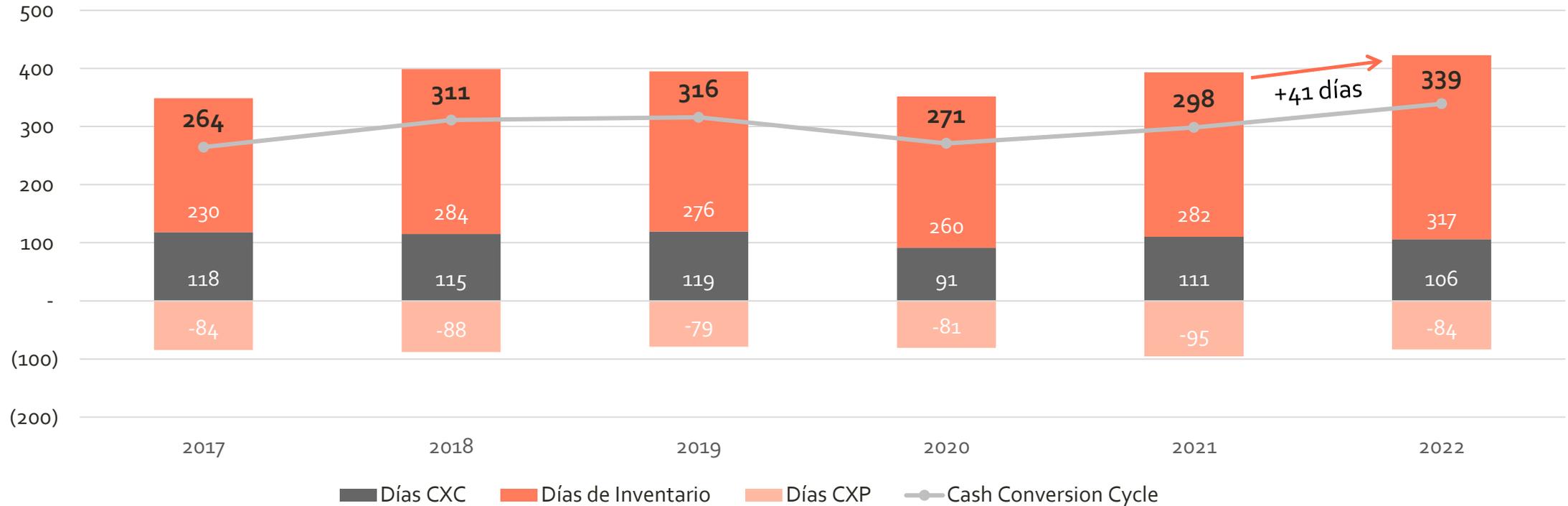


CAPEX: Ch\$ 290 mil MM invertidos entre 2017 y 2022, equivalente a US\$ 391 MM.



Capital de trabajo: Aumento de Ch\$ 67.000 MM en 2022 vs 2021

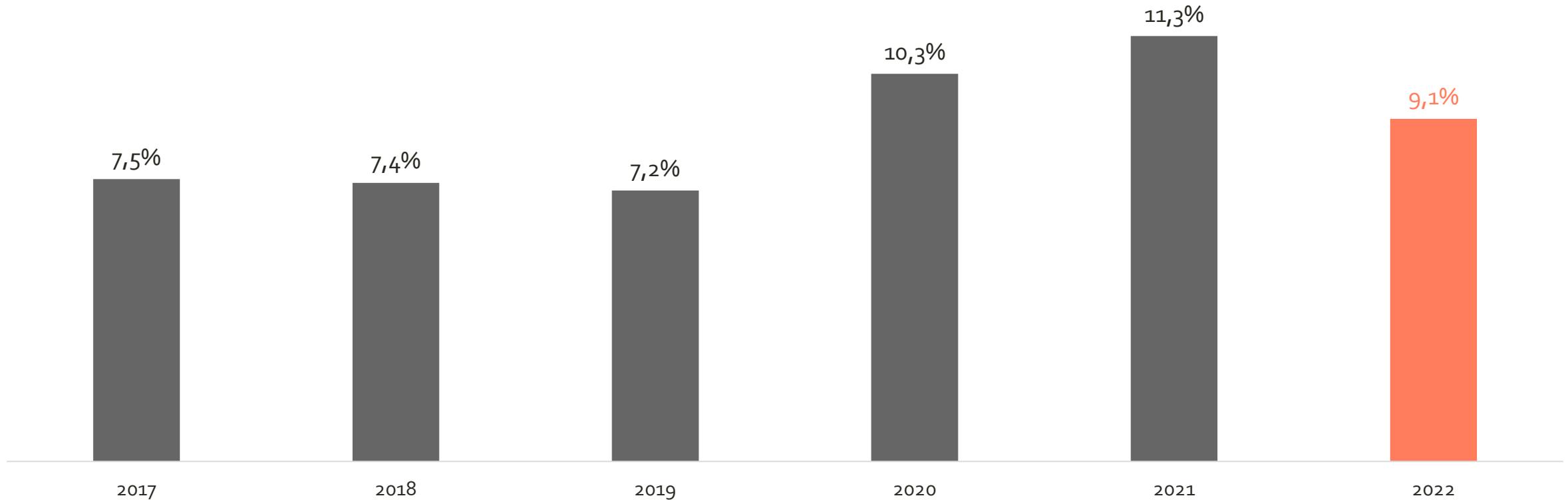
Ciclo de Conversión de Caja (días)



Ciclo de conversión de caja (Cash Conversion Cycle): $\text{Días CxC} + \text{Días de Inventario} + \text{Días CxP}$

- **Días CxC:** Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes + Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes / Ingresos de actividades ordinarias
- **Días Inventario:** Inventarios corrientes / Costo de ventas
- **Días CxP:** Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar + Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corrientes - Dividendos por pagar / (Costo de ventas + Costos de distribución + Gastos de administración)

Retorno sobre el capital invertido – ROIC

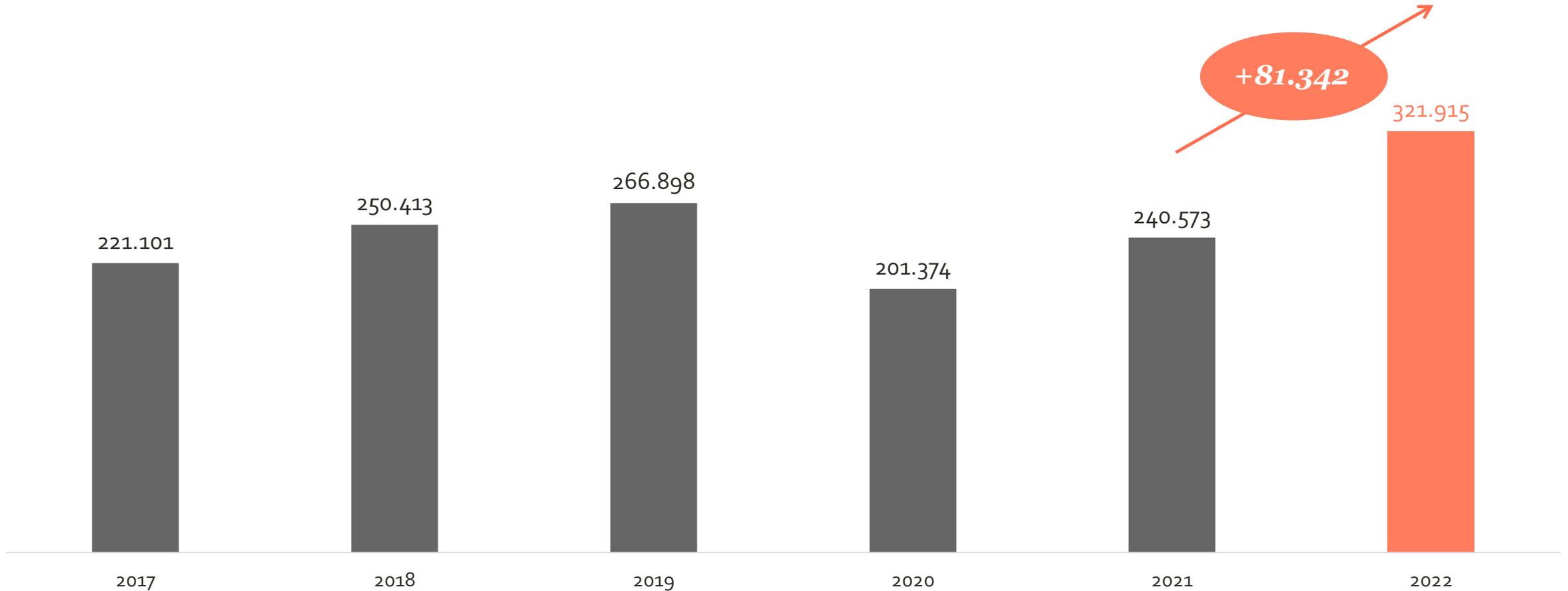


ROIC: $(\text{Margen Operacional} - \text{Impuestos} + \text{Diferencias de Cambio}) / (\text{Patrimonio} - \text{Deuda Financiera Neta} - \text{Caja})$.

*Cuentas de Resultados corresponde a los 12 meses móviles.

*Cuentas de Balance corresponden al promedio de los últimos cuatro trimestres.

Deuda financiera neta (Ch\$ MM)

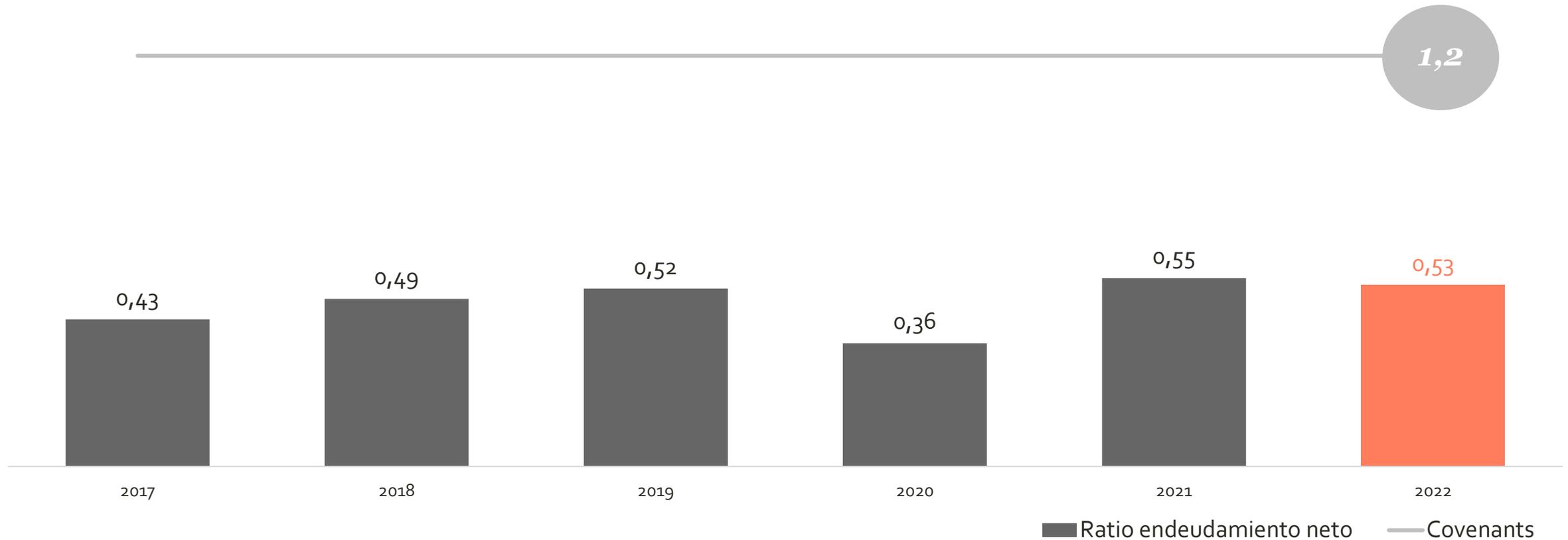


Deuda Financiera Neta: Deuda Financiera Bruta incluyendo el efecto de Derivados relacionados a la Deuda Financiera – Intereses – Efectivo y equivalente al efectivo.

Adecuado nivel de endeudamiento relativo al tamaño del patrimonio

SOLIDEZ FINANCIERA

RATIO ENDEUDAMIENTO NETO

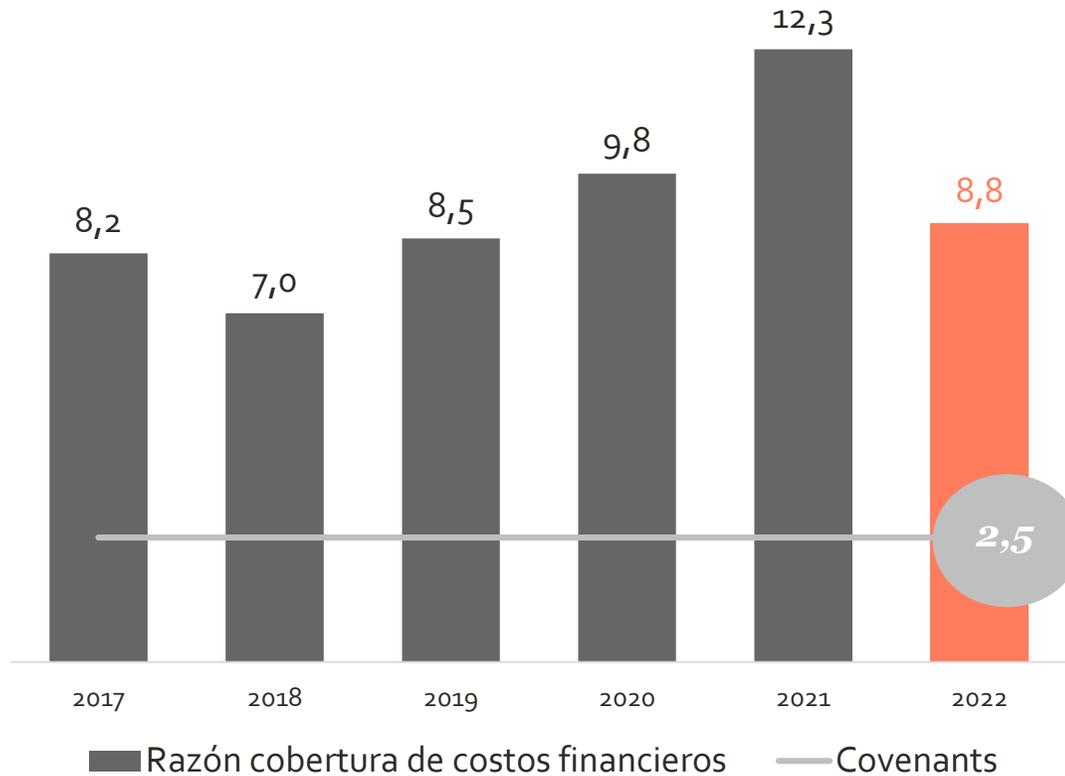


Ratio endeudamiento neto: $(\text{Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes} - \text{Caja}) / \text{Patrimonio}$

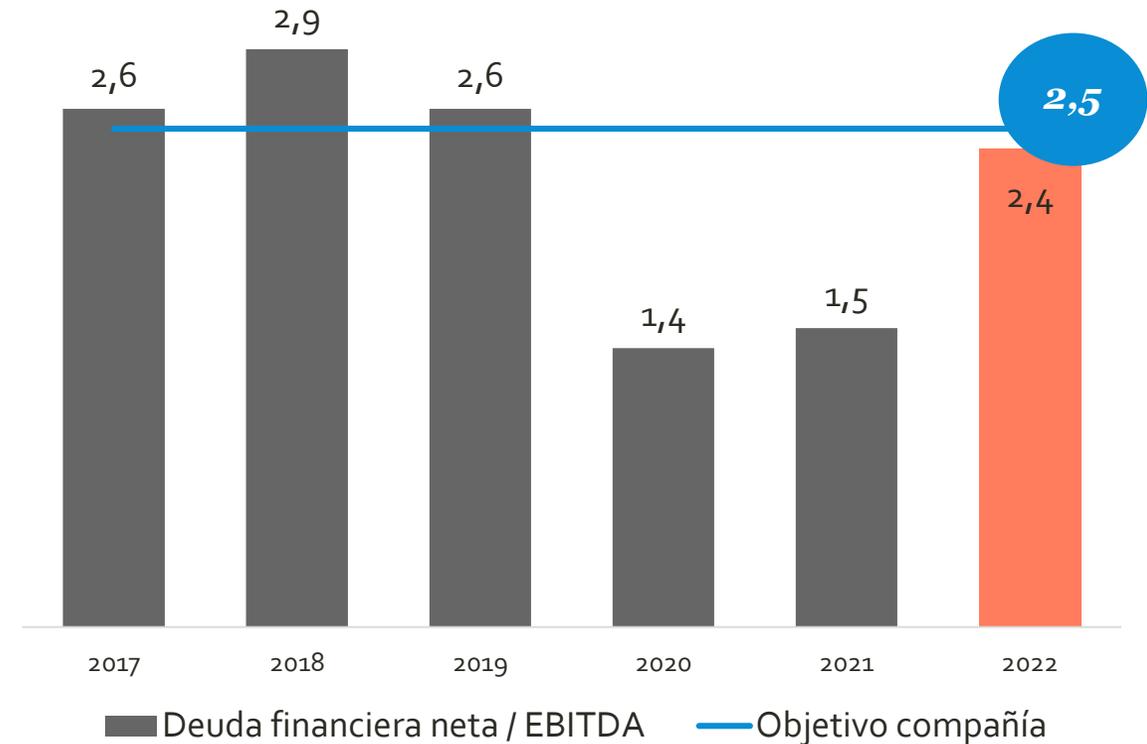
Deuda y gasto financiero vs generación de caja

SOLIDEZ FINANCIERA

RAZÓN COBERTURA DE COSTOS FINANCIEROS



DEUDA FINANCIERA NETA/ EBITDA



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

Comentarios al cierre

Para un año que se presenta desafiante e incierto, nuestro objetivo prioritario es reorientar a la compañía en un fuerte crecimiento de ventas en valor y volumen. Esto fundamentado en nuestro sólido modelo de negocios:

- Profunda transformación lograda en el quinquenio 2018-2022.
- 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.

