

VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

11  
2025

PRESS  
RELEASE

# Índice

CAPÍTULO 01

**Highlights**

CAPÍTULO 02

**Comentarios del CEO**

CAPÍTULO 03

**Resultados 1Q25**

CAPÍTULO 04

**Estado de Resultados**

CAPÍTULO 05

**Estado de Situación Financiera al 31 de marzo de 2025**

Press Release (\*)

Viña Concha y Toro

(\*) Es posible que, debido al redondeo de cifras, los números presentados a lo largo de este documento no coincidan exactamente con los totales proporcionados y los porcentajes puedan no reflejar con precisión las cifras absolutas.

## Acerca de Viña Concha y Toro

Fundada en 1883, Viña Concha y Toro es el principal productor de vinos de Latinoamérica, con una destacada posición entre las compañías de vino más importantes del mundo. Posee más de 12.000 hectáreas de viñedos en Chile, Argentina y EE.UU.. Su portfolio de vinos incluye los íconos Don Melchor y Almaviva (Joint Venture con Baron Philippe de Rothschild) y su emblemático Casillero del Diablo, además los vinos Trivento de Argentina, y Bonterra de California.

## Declaraciones con miras al futuro

Este documento puede contener declaraciones con estimaciones futuras relativas a la condición financiera, resultados de las operaciones y negocios de la compañía, y ciertos planes y objetivos de la compañía. Las estimaciones futuras son meras declaraciones de intención, creencias o expectativas de Viña Concha y Toro y de su administración con respecto a los resultados futuros de la empresa. Por su naturaleza, estas afirmaciones envuelven riesgos e incertidumbres, porque se relacionan con circunstancias que ocurrirán en el futuro.

## Reunión inversionistas

Martes 27 de mayo, 11:00 hrs.

### Contacto:

Daniela Lama

Head of Investor Relations

daniela.lama@conchaytoro.cl

conchaytoro-ir@conchaytoro.cl

CAPÍTULO 01

## Highlights

1Q25 vs 1Q24

### VENTA CONSOLIDADA



**+1,4%**

HASTA CLP\$ 208.978 MM

P + I

OTROS

### PREMIUMIZACIÓN

**51,9%**

MIX PORTFOLIO  
PRINCIPAL + INVEST  
(+230 PB)

### GANANCIA BRUTA

**+2,5%**

HASTA CLP\$ 80.589 MM  
EL MARGEN BRUTO  
ALCANZÓ 38,6% (+50 PB)

### EBITDA

**+5,8%**

HASTA CLP\$ 30.447 MM

### MARGEN EBITDA

**14,6%**

(+60 PB)

### UTILIDAD NETA



**+8,2%**

LLEGANDO A CLP\$ 13.783 MM,  
CON UN MARGEN NETO DE 6,6%  
(+40 PB) YOY

## CAPÍTULO 02

### Comentarios del CEO

El primer trimestre del año estuvo caracterizado por la elevada incertidumbre económica y volatilidad global, pese a lo cual Viña Concha y Toro logró aumentar su facturación por sexto trimestre consecutivo y cerró con un alza en sus ganancias.

En este contexto, la compañía logró un incremento de 1,4% de la facturación entre enero y marzo, a pesar de la caída del tipo de cambio del periodo, lo que fue impulsado por un mejor mix de producto, lo que derivó en un alza de 4,1% del precio promedio. Los productos premium y superiores foco de nuestra estrategia explicaron el 51,9% de los ingresos, superior en 230 puntos base frente a igual periodo del año pasado.

A nivel de marcas, destaca el desempeño de Casillero del Diablo (4,8%), Diablo (18,7%), Bonterra (29,2%) y Don Melchor (139,3%). Desde la perspectiva de los principales mercados, Estados Unidos (8,7%), Chile (4,3%), China (8,6%) y Corea del Sur (5,7%) resaltaron en el periodo.

En términos de volumen, si bien el total disminuyó un 2,7%, la caída se concentró en dos marcas no premium, Isla Negra y Tocornal, en Reino Unido y Chile, respectivamente, en gran medida por una alta competencia en los rangos inferiores de precios a raíz del complejo ambiente económico.

El mejor mix y el aumento de la facturación permitieron a nivel operacional compensar el efecto negativo de tipo de cambio por CLP\$3.310 millones y los castigos por una vez por CLP\$2.039 millones. Fue así como el resultado operacional cerró plano en CLP\$21.479 millones, mientras que el EBITDA subió 5,8%. La utilidad neta, en tanto, logró un incremento de 8,2% hasta los CLP\$13.783 millones.

Si bien el año se ha vuelto particularmente complejo a raíz de la escalada arancelaria de Estados Unidos, creemos que hay un grupo de empresas que podrían tomar ventaja de esta situación adversa, y Viña Concha y Toro sería una de ellas gracias a la fortaleza de su portfolio de marcas y una amplia red propia de distribución internacional. Reiteramos la proyección para 2025 de crecimiento de ventas entre 3% y 8%.

CAPÍTULO 03

## Resultados 1Q25

### Ventas Consolidadas

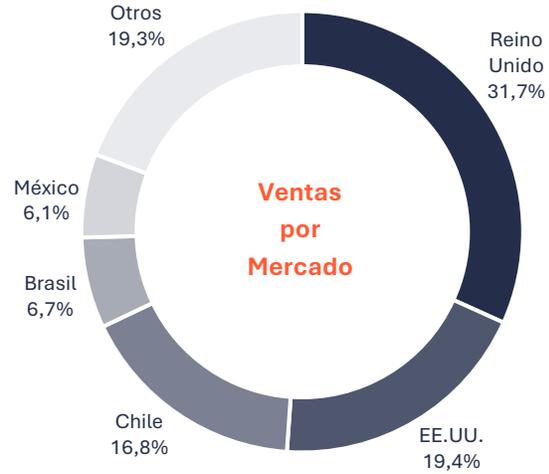
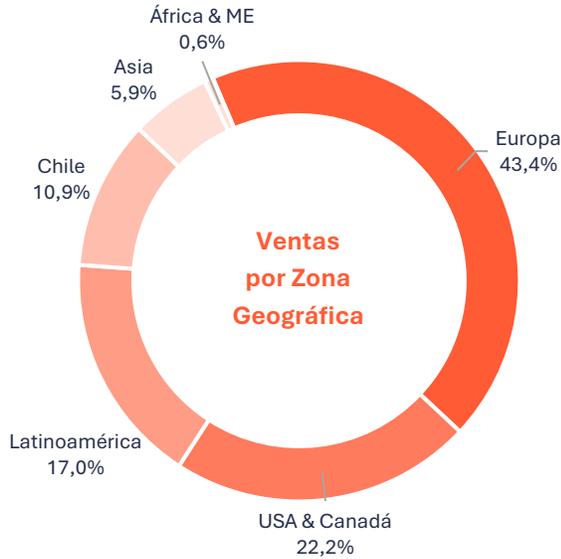
Ventas (millones de CLP\$)	1Q25	1Q24	Var (%)
Mercados de Exportación <sup>(1)</sup>	134.761	136.756	(1,5%)
Chile	32.500	31.163	4,3%
<i>Vino</i>	21.144	20.371	3,8%
<i>Cervezas y Licores</i> <sup>(2)</sup>	11.356	10.792	5,2%
USA	37.436	34.426	8,7%
Otros	4.281	3.825	11,9%
<b>Total Ventas</b>	<b>208.978</b>	<b>206.170</b>	<b>1,4%</b>

Volumen (miles de C9L)	1Q25	1Q24	Var (%)
Mercados de Exportación	4.199	4.336	(3,2%)
Chile	1.883	1.930	(2,4%)
<i>Vino</i>	1.200	1.252	(4,2%)
<i>Cervezas y Licores</i> <sup>(2)</sup>	683	678	0,8%
USA	880	888	(0,9%)
<b>Total Volumen</b>	<b>6.962</b>	<b>7.153</b>	<b>(2,7%)</b>

Precio promedio (por C9L)		1Q25	1Q24	Var (%)
Mercados de Exportación	US\$	33,4	33,1	0,7%
Chile <i>Vino</i>	CLP\$	17.627	16.269	8,4%
USA	US\$	44,3	40,7	8,7%

(1) Incluye exportaciones a terceros desde Chile, Argentina y EE.UU., y ventas en Argentina. Excluye exportaciones de Chile y Argentina a EE.UU., las cuales están incluidas en USA. (2) “Cerveza y licores” se informaron anteriormente bajo el nombre Ventas No-Vino. La división de esta línea tiene como objetivo separar las ventas no líquidas (ahora pertenecientes a “Otros”), de las bebidas distintas al vino (ahora pertenecientes a “Cerveza y licores”).

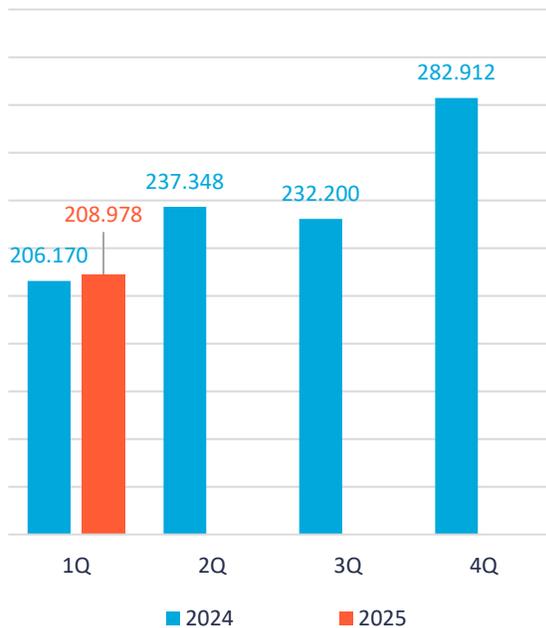
## Participación ventas en valor – Sólo vino 1Q25



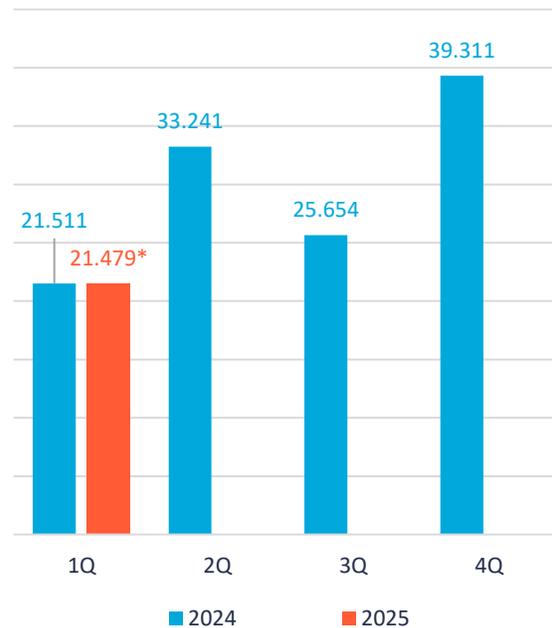
## Evolución por trimestre:

(cifras en millones de CLP\$)

### Ventas Consolidadas



### Resultado Operacional (EBIT)



(\*) CLP\$21.479 millones incluye castigos por CLP\$2.039 millones.

## 1. Venta consolidada

Comenzamos el año 2025, por sexto trimestre consecutivo, con un crecimiento de ventas en valor de 1,4% en 1Q25 hasta CLP\$208.978 millones, impulsado por un alza del precio promedio de 4,1% YoY, lo que logró contrarrestar el efecto negativo de tipo de cambio y la caída de 2,7% en el volumen comercializado.

En este desempeño fue fundamental el avance de las ventas de marcas premium y superiores, que permitieron un mejor precio promedio. Las categorías Principal e Invest (marcas premium y superiores foco) representaron el 51,9% de las ventas totales de la compañía, un incremento de 230 pb interanual, debido al alza de la categoría Principal, de 7,1% en valor. Se destaca el desempeño de Don Melchor (+139,3%), Casillero del Diablo (+4,8%), Bonterra (+29,2%) y Diablo (+18,7%), que en conjunto representan casi el 40% de las ventas.

La caída en volumen, por su parte, se concentró principalmente en dos marcas no premium, Isla Negra y Tocornal, en Reino Unidos y Chile, respectivamente, en gran medida por una alta competencia de precios en los segmentos inferiores de precios a raíz de la situación económica mundial.

Resalta el alza en ventas de EE.UU. de 8,7% en valor, gracias a que la estrategia de la compañía de potenciar las categorías premium y superiores comenzó a rendir frutos desde el 2024, con un avance de doble dígito en las marcas Don Melchor y Bonterra. También se destaca el crecimiento de Chile Vino, con alzas de 3,8% en valor, debido, principalmente, al alza de la marca Diablo, que sigue en constante crecimiento.

El segmento Vino tuvo un crecimiento en valor de 0,9%, lo que se debe a la mejora en el mix premium impulsada por nuestra estrategia de premiumización, mientras que el segmento de Cervezas y Licores tuvo alzas en valor, de 5,2%, gracias al desempeño de nuestra cerveza Odissea.

Para el 1Q25, destacamos el aumento del precio promedio/mix en EE.UU. (+8,7% en US\$), en Chile Vino (+8,4% en CLP\$) y en Mercados de exportación (+0,7% en US\$).

### 1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de la compañía en los Mercados de Exportación cayeron 1,5%, llegando a CLP\$134.761 millones. Si bien el precio promedio/mix creció un 1,7% en pesos chilenos, esto no logró compensar la caída de volúmenes del periodo (-3,2% YoY). La baja de volúmenes se debió a productos no premium.

En Europa la facturación concluyó a la baja un 0,3%, como resultado del crecimiento de 0,3% en Reino Unido, un alza de doble dígito en Irlanda, Polonia y Dinamarca, contrarrestado por una caída en Suecia (8,8%) y Países Bajos (12,8%).

En el caso particular de Reino Unido, en febrero comenzó a regir el incremento impositivo a los productos de alcoholes, lo que provocó una mayor competencia en los segmentos de precios inferiores, afectando el desempeño de nuestra marca Isla Negra, que se contrajo 14,5% en valor. Este efecto fue compensado por el alza en las categorías superiores.

En Asia, las ventas cayeron 7,0% en valor, en gran medida por menores ventas en Japón, que disminuye 33,1%, por ajustes de inventario. Por otro lado, China y Corea del Sur tuvieron crecimientos de ventas, de 8,6% y 5,7% respectivamente, por alzas de la marca Casillero del Diablo de 15,6% y 7,2%.

La fuerte devaluación de monedas de los dos mayores mercados de América Latina -Brasil y México- explicó gran parte de la caída de las ventas en valor de la región (-4,8%). Las ventas en Brasil y México crecieron 6,3% y 10,8% en volumen, pero bajaron 9,1% y 3,3% en valor, respectivamente.

Con respecto al impacto cambiario, en el 1Q25 el peso chileno se apreció un 1,2% frente a nuestra canasta de monedas de facturación. A nivel de las principales monedas, si bien el peso chileno se depreció respecto del dólar estadounidense (1,1%) y de la libra esterlina (0,5%), se apreció con respecto al euro (2,2%), al real brasileño (14,4%) y al peso mexicano (15,4%)<sup>1</sup>.

## 1.2. Chile

En el mercado doméstico de Chile la venta de vino creció 3,8% en valor, llegando a CLP\$21.144 millones, caracterizada por una mejora en el mix premium, que permitió mostrar un alza de 8,4% en el precio promedio. Esto más que compensó la caída de 4,2% en volumen.

El incremento en valor se dio en tres de las categorías de marcas prioritarias: Principal, Invest y Protect, que crecieron 5,7% en valor. Una marca no premium (Tocornal) explicó gran parte del menor volumen.

A nivel de marcas destacamos los incrementos en valor a tasas de dos dígitos de Don Melchor, Diablo, Casillero del Diablo Belight y SBX, así como la incorporación de nuevos lanzamientos como Concha y Toro The Wine y Marques de Casa Concha Gold y Blue.

La categoría Cervezas y Licores creció 0,8% en volumen y 5,2% en valor, debido, en gran medida, por el gran desempeño de nuestra marca Odissea, de Kross. Por el lado de Piscos, las marcas Mal Paso y Diablo continúan con crecimientos de dos dígitos.

---

<sup>1</sup> En base a los tipos de cambio efectivos para Viña Concha y Toro.

### 1.3. EE.UU.

Las ventas en el mercado doméstico de EE.UU. incluyen las de Bonterra Organic Estates (ex Fetzer Vineyards) y el portafolio importado de Chile y Argentina, actualmente comercializado por Bonterra Organic Estates.

En EE.UU., la venta tuvo un alza de 8,7% en valor, llegando a CLP\$37.436 millones, con volúmenes cayendo 0,9%. El precio promedio/mix en dólares creció 8,7%, debido al incremento del mix Principal e Invest, de 17,3% en valor.

A nivel de marca, destacan los crecimientos de ventas en valor de Bonterra, Don Melchor y Diablo, que van en línea con la estrategia de la compañía para dicho mercado.

## 2. Costo de Ventas

El costo de venta alcanzó CLP\$128.389 millones, 0,7% superior a la cifra del 1Q24, debido, en parte, a aumento del costo del vino e insumos secos por un mix de ventas más premium, a efectos del excise en Reino Unido y a efectos de tipo de cambio por la devaluación del peso chileno.

Este monto contiene CLP\$990 millones por degradaciones de vino, los cuales se separarán en el Estado de Resultados para mayor entendimiento, que corresponden a costos extraordinarios que no generan flujo.

La ratio costo de ventas sobre ventas alcanza un 61,4%, disminuyendo 40 pb con respecto al 61,9% observado en el 1Q24, reflejando las mejoras en costos y cambios en el mix de ventas.

## 3. Margen Bruto

El margen bruto totalizó en 38,6% (+50 pb), superando a los primeros trimestres del 2021, 2023 y 2024. Frente al cuarto trimestre del año 2024 presentó un descenso, en gran medida, por estacionalidad, que tiende a verse afectado por características propias de la temporalidad de las ventas y, además, los castigos de vino antes mencionados.

Sin considerar estos castigos, el margen bruto ajustado hubiese alcanzado 39,0%.

## 4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución + gastos de administración) fueron CLP\$57.611 millones en el periodo, 0,9% superior a la cifra de CLP\$57.091 millones registrada en el 1Q24. El aumento de los GAV se debe principalmente a mayores gastos de venta y a efectos de tipo de cambio. La ratio GAV sobre ventas se mantiene casi igual que en 1Q24, llegando a 27,6%.

Este monto refleja la optimización de los procesos y estructura que la compañía comenzó a ejecutar desde el 2023, donde los ahorros obtenidos compensan el aumento de IPC, índice que afecta a las cuentas de remuneraciones, que son una parte importante de los gastos.

## 5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos fueron de CLP\$316 millones en 1Q25, un 19,8% inferior que el mismo trimestre del 2024, en el que llegó a CLP\$394 millones. Esto se explica mayormente porque durante el 1Q24 tuvimos regularizaciones de saldos asociados a proveedores, por CLP\$168 millones.

Otros gastos sumaron CLP\$1.815 millones este trimestre, un 342,4% mayor al mismo periodo del año pasado, el cual fue de CLP\$410 millones. Este monto contiene un castigo por CLP\$1.049 millones, el cual se separará en el Estado de Resultados para mayor entendimiento, que corresponden a gastos extraordinarios y de única vez que no generan flujo, correspondientes a la venta de un terreno en Chile, el cual se vendió a un menor valor que el que se tenía en la contabilidad y, además, por arrancas de parras realizadas en los tres países productivos. Ambos conceptos generan gasto hoy, pero una mayor eficiencia en el futuro, en términos de rendimientos por hectárea.

## 6. Resultado Operacional

Las ganancias de actividades operacionales alcanzaron CLP\$21.479 millones incorporando los castigos, quedando sin mayor variación respecto a la ganancia obtenida en 1Q24, de CLP\$21.511. El margen operacional fue 10,3% en el trimestre (-10 pb vs 1Q24).

Si excluimos los castigos señalados, el Resultado Operacional hubiese alcanzado CLP\$23.518 millones, un 7,4% superior a la cifra del 1Q24 con castigos incluidos, que totalizó CLP\$21.905 millones. Así, el margen EBIT ajustado fue de 11,3% (+60 pb).

## 7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización, incluyendo los castigos que no generan flujo) fue de CLP\$30.447 millones en 1Q25, aumentando 5,8% sobre la cifra del 1Q24. El margen EBITDA fue de 14,6% (+60 pb).

## 8. Resultado No Operacional

En 1Q25 la compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$4.330 millones, un 12,8% inferior a la pérdida de CLP\$4.968 millones en 1Q24. Esto se explica, en gran medida, por un menor gasto financiero neto en el periodo.

Los ingresos financieros fueron CLP\$1.345 millones en 1Q25, 19,1% superior a la cifra de CLP\$1.129 millones registrada en 1Q24. Esto se explica, en su mayoría, por mayores colocaciones de inversiones de corto plazo.

Los gastos financieros cayeron un 16,6% contra el 1Q24, alcanzando CLP\$5.247 millones, lo que viene dado principalmente por una menor deuda promedio en el periodo y por menores tasas de interés.

Al 31 de marzo de 2025, la deuda financiera neta sin intereses totalizó en CLP\$339.393 millones, 14,7% bajo la cifra al 31 de marzo de 2024.

El resultado en la participación de empresas asociadas y negocios conjuntos fue una pérdida de CLP\$420 millones en 1Q25 vs una pérdida de CLP\$65 millones en 1Q24, donde debemos recordar que la mayor parte del resultado de esta línea se da en el tercer trimestre de cada año.

La pérdida por diferencia de cambio fue de CLP\$135 millones, la cual se compara con una utilidad de CLP\$230 millones obtenida al mismo periodo del 2023.

## 9. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de CLP\$3.190 millones, 13,7% inferior a la cifra de CLP\$3.698 millones en 1Q24 debido, mayormente, por el aumento de la inflación en Chile en el primer trimestre de este año, el cual afectó la tasa de impuestos.

## 10. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue CLP\$13.783 millones, un aumento de 8,2% respecto a los CLP\$12.740 millones reportados en 1Q24. El margen neto fue 6,6%, con una mejora de 40 pb.

En base a las 739.010.000 acciones suscritas en circulación<sup>2</sup> al 31 de marzo de 2025, la ganancia por acción de Concha y Toro totalizó en CLP\$18,7, un 8,2% superior de los CLP\$17,2 por acción registrados en el mismo trimestre del año anterior, explicado por un crecimiento de la utilidad neta.

---

<sup>2</sup> Acciones suscritas en circulación corresponden al total de acciones de la compañía, sin contar aquellas que fueron adquiridas de acuerdo con el programa de recompra de acciones.

CAPÍTULO 04

## Estado de Resultados

(miles de CLP\$)	1Q25	1Q24	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	208.977.832	206.169.818	1,4%
Costo de ventas	(127.398.863)	(127.169.148)	0,2%
Castigos de vino	(989.678)	(382.483)	158,8%
<b>Ganancia bruta</b>	<b>80.589.291</b>	<b>78.618.187</b>	<b>2,5%</b>
<b>Margen bruto</b>	<b>38,6%</b>	<b>38,1%</b>	<b>50 bp</b>
Otros ingresos	315.763	393.936	(19,8%)
Costos de distribución	(45.214.620)	(44.146.594)	2,4%
Gastos de administración	(12.396.547)	(12.944.098)	(4,2%)
Otros gastos, por función	(765.460)	(398.620)	92,0%
Castigos	(1.049.189)	(11.597)	8947,1%
<b>Ganancias de actividades operacionales</b>	<b>21.479.238</b>	<b>21.511.214</b>	<b>(0,1%)</b>
<b>Margen operacional</b>	<b>10,3%</b>	<b>10,4%</b>	<b>(10 bp)</b>
Ingresos financieros	1.344.697	1.128.576	19,1%
Gastos financieros	(5.246.641)	(6.290.667)	(16,6%)
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	(420.310)	(65.063)	546,0%
Diferencias de cambio	(135.284)	229.709	(158,9%)
Resultados por unidades de reajuste	127.106	29.027	337,9%
<b>Resultado no operacional</b>	<b>(4.330.432)</b>	<b>(4.968.418)</b>	<b>(12,8%)</b>
Ganancia (pérdida), antes de impuesto	17.148.806	16.542.796	3,7%
Gasto por impuestos a las ganancias	(3.190.231)	(3.698.074)	(13,7%)
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>13.958.576</b>	<b>12.844.722</b>	<b>8,7%</b>
(Ganancia) pérdida, atribuible a participaciones no controladoras	175.109	104.728	67,2%
<b>Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>13.783.466</b>	<b>12.739.994</b>	<b>8,2%</b>
<b>Margen neto</b>	<b>6,6%</b>	<b>6,2%</b>	<b>40 bp</b>
<b>Ganancia (pérdida) por acción *</b>	<b>18,7</b>	<b>17,2</b>	<b>8,2%</b>
Gastos por depreciación	6.161.549	6.049.584	1,9%
Gastos por amortización	767.066	809.762	(5,3%)
<b>EBITDA **</b>	<b>30.446.720</b>	<b>28.764.639</b>	<b>5,8%</b>
<b>Margen EBITDA**</b>	<b>14,6%</b>	<b>14,0%</b>	<b>60 bp</b>

\* Número de acciones suscritas en 1Q24 y 1Q25 es de 739.010.000.

\*\* EBITDA = Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales + Gastos por depreciación y Amortización + Castigos.

CAPÍTULO 05

**Estado de Situación Financiera<sup>3</sup>**

(miles de CLP\$)	Mar. 31, 2025	Dic. 31, 2024	Var (%)
<b>Activos</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	51.007.916	45.500.034	12,1%
Inventarios corrientes	472.299.285	436.592.246	8,2%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	244.541.611	289.699.400	(15,6%)
Activos biológicos corrientes	18.855.196	34.592.448	(45,5%)
Otros activos corrientes	40.914.175	43.191.614	(5,3%)
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>827.618.183</b>	<b>849.575.742</b>	<b>(2,6%)</b>
Propiedades, planta y equipo	524.205.556	528.080.857	(0,7%)
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	37.467.243	38.123.086	(1,7%)
Otros activos no corrientes	303.960.946	302.989.385	0,3%
<b>Total de activos no corrientes</b>	<b>865.633.745</b>	<b>869.193.328</b>	<b>(0,4%)</b>
<b>Total Activos</b>	<b>1.693.251.928</b>	<b>1.718.769.070</b>	<b>(1,5%)</b>
<b>Pasivos</b>			
Otros pasivos financieros corrientes	197.835.823	205.652.904	(3,8%)
Otros pasivos corrientes	280.415.849	299.889.233	(6,5%)
<b>Pasivos corrientes totales</b>	<b>478.251.672</b>	<b>505.542.137</b>	<b>(5,4%)</b>
Otros pasivos financieros no corrientes	273.207.230	287.740.320	(5,1%)
Otros pasivos no corrientes	96.751.866	100.594.305	(3,8%)
<b>Total de pasivos no corrientes</b>	<b>369.959.096</b>	<b>388.334.625</b>	<b>(4,7%)</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>848.210.768</b>	<b>893.876.762</b>	<b>(5,1%)</b>
<b>Patrimonio</b>			
Capital emitido	74.030.880	74.030.880	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	754.886.278	741.237.681	1,8%
Acciones propias	0	0	
Otras reservas	8.949.197	2.403.385	272,4%
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>837.866.355</b>	<b>817.671.946</b>	<b>2,5%</b>
Participaciones no controladoras	7.174.805	7.220.362	(0,6%)
<b>Total Patrimonio</b>	<b>845.041.160</b>	<b>824.892.308</b>	<b>2,4%</b>
<b>Total Patrimonio y Pasivos</b>	<b>1.693.251.928</b>	<b>1.718.769.070</b>	<b>(1,5%)</b>

<sup>3</sup> Para facilitar su análisis, algunas cuentas contables han sido agrupadas.

## Estado de situación financiera al 31 de marzo de 2025

### 1. Activos

Al 31 de marzo de 2025, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron en CLP\$1.693.252 millones, un 1,5% inferior a la cifra reportada al 31 de diciembre de 2024.

### 2. Pasivos

Al 31 de marzo de 2025, la deuda financiera neta con derivados relacionados totalizó en CLP\$339.393 millones, 4,5% por debajo de la cifra al 31 de diciembre de 2024. La ratio DFN/EBITDA fue 2,2x.

La Deuda Financiera Neta con derivados relacionados es calculada como: Capital de la Deuda incluyendo Derivados relacionados a la Deuda Financiera – Efectivo y equivalente al efectivo. Nota 19, Estados Financieros.