

1  
H  
2  
5



RESULTS  
PRESENTATION

# Índice

CAP 01

## Contexto, Highlights y Perspectivas

EDUARDO GUILISASTI, CEO

CAP 02

## Resultados 2Q25 y 1H25

OSVALDO SOLAR, CFO



## CAP 01

# Contexto, Highlights y Perspectivas

EDUARDO GUILISASTI, CEO

# Highlights 1H25 vs 1H24

## VENTA CONSOLIDADA



**+2,3%**

hasta CLP\$ 453.809 MM

## PREMIUMIZACIÓN



**53,3%**

Mix Portfolio P+I  
(+220 pb)

P + I  
OTROS

## GANANCIA BRUTA

**+2,3%**

CLP\$ 177.249 MM

## MARGEN BRUTO

**39,1%**

(0 pb)

## EBITDA

**(4,6%)**

CLP\$ 67.268 MM

## MARGEN EBITDA

**14,8%**

(-110 pb)

## UTILIDAD NETA



**(4,9%)**

llegando a CLP\$ 32.785 MM, con un Margen Neto de 7,2% (-60 pb) YoY

Para analizar debidamente los resultados de la Empresa en el 2Q25 y 1H25 es absolutamente necesario entender **la realidad de los mercados y las grandes tendencias.**

## REALIDAD Y TENDENCIAS DEL MERCADO

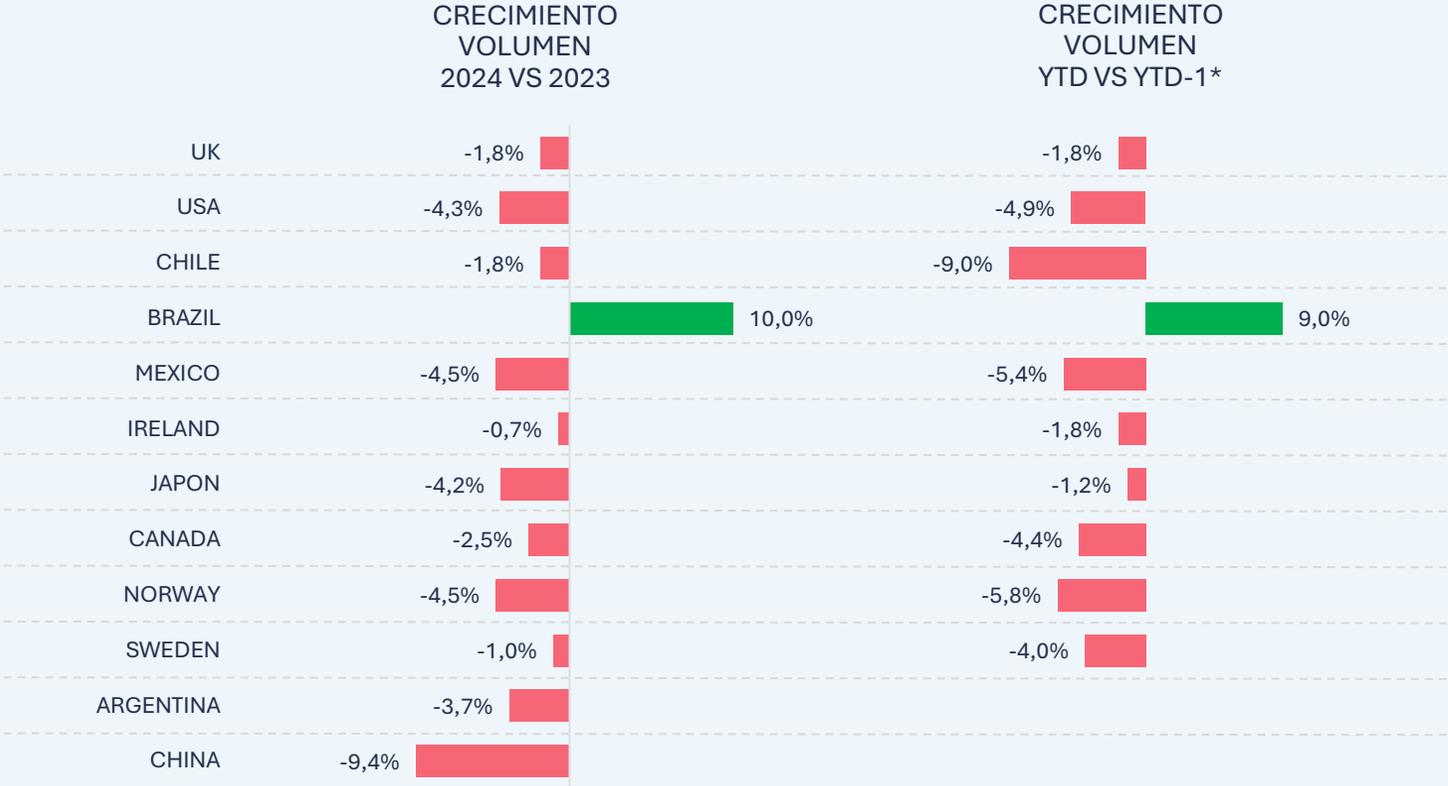




# Datos duros de la Industria

# Ventas en Volumen en Categoría Vinos

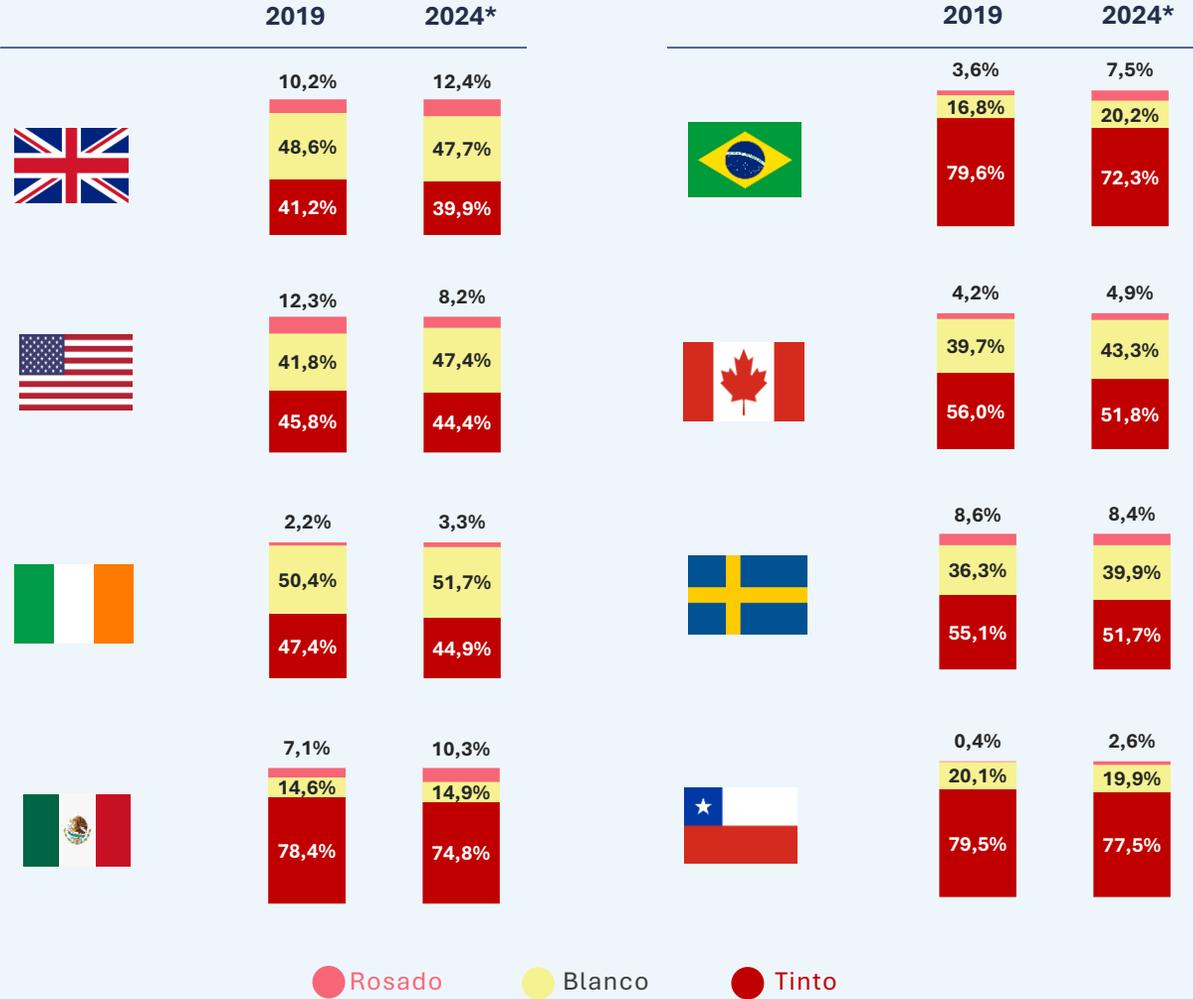
## EN LOS PRINCIPALES MERCADOS A NIVEL INDUSTRIA



Según la OIV el consumo mundial del vino alcanzó en 2024 su nivel más bajo desde 1961, lo que da cuenta de la crisis más profunda y estructural de la industria del vino en su historia.

**Source:** UK Nielsen 2024(MAT February 2025)+ YTD Mid July 2025 / USA Circana Table Wine December 2024 + YTD June 2025 / Chile Nielsen Retail Index November 2024 + YTD May 2025 / Brazil Imported Nielsen Scantrack December 2024 + YTD June 2025 / Mexico Nielsen Scantrack December 2024 + YTD June 2025 / Ireland Nielsen December 2024 + June 2025 / Japan SRI + December 2024 + YTD May 2025 / Canada Charton Hobbs Group – Still Wine December 2024 + YTD P6 2025 / Norway & Sweden Monopoly December 2024 + YTD May 2025 / Argentina Scentia December 2024 / China IWSR 2024.

# Crece el consumo DE CEPAS BLANCAS Y ROSADAS



Creciente consumo de variedades blancas y rosadas en desmedro de variedades tintas, en parte importante, por factor climático.

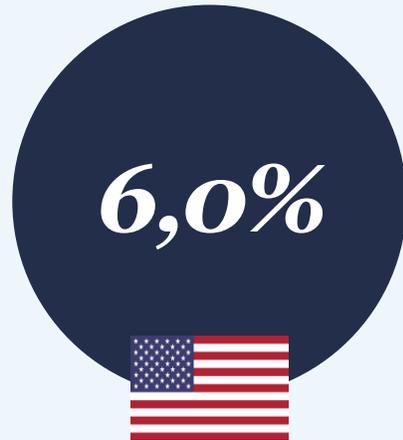
- Los consumidores están en la búsqueda de un “sabor fresco”: Blancos y Rosados siguen mostrando un mejor desempeño en varios mercados en el YTD.

Source: UK Nielsen MAT Mid June 2025 (Bottle W/O Unidentified) / USA Circana Total USA Table Wine December 2024 / Chile Nielsen Scantrack December 2024 / Brazil Nielsen Scantrack December 2024 (Imported) / Mexico Nielsen Scantrack December 2024 / Ireland Nielsen MAT June 2025 (W/O Unidentified) / Canada Charton Hobbs Group – Still Wine P13 (December) 2024 / Sweden Monopoly December 2024.

# Variación de Volumen

EN CATEGORÍAS BAJO Y SIN ALCOHOL

PARTICIPACIÓN  
VINOS LOW Y NO ALCOHOL



Preferencia por productos de menor graduación alcohólica.

- Vinos Low y No Alcohol son aún un nicho pero están creciendo.
- Esta categoría representa un considerable 6% del volumen en USA y 1,6% del volumen en UK.

# Competencia creciente de precios en Reino Unido

A PESAR DE INCREMENTOS EN IMPUESTOS AL RECICLAJE Y AL ALCOHOL

Tendencia móvil de volumen y precio de 52 semanas, Total vino



Esto se da especialmente en las categorías Varietales e Inferiores.

- Durante el último año, la disminución del volumen de la categoría se ha mantenido estable, pero el ritmo al que crece el precio se ha desacelerado.



# Datos duros de Concha y Toro

# Ventas en Volumen

## POR CATEGORÍA

VAR % VOLUMEN	1Q25	2Q25	1H25
PREMIUM Y SUPERIORES	5,9%	2,4%	3,9%
VARIETALES E INFERIORES	(7,7%)	(0,3%)	(3,7%)
CERVEZAS Y LICORES	0,8%	7,4%	3,5%
<b>VOLUMEN CONSOLIDADO</b>	<b>(2,7%)</b>	<b>1,1%</b>	<b>(0,7%)</b>

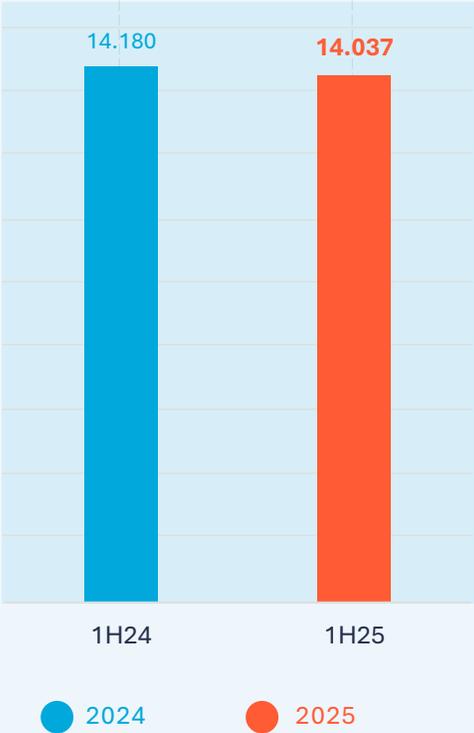
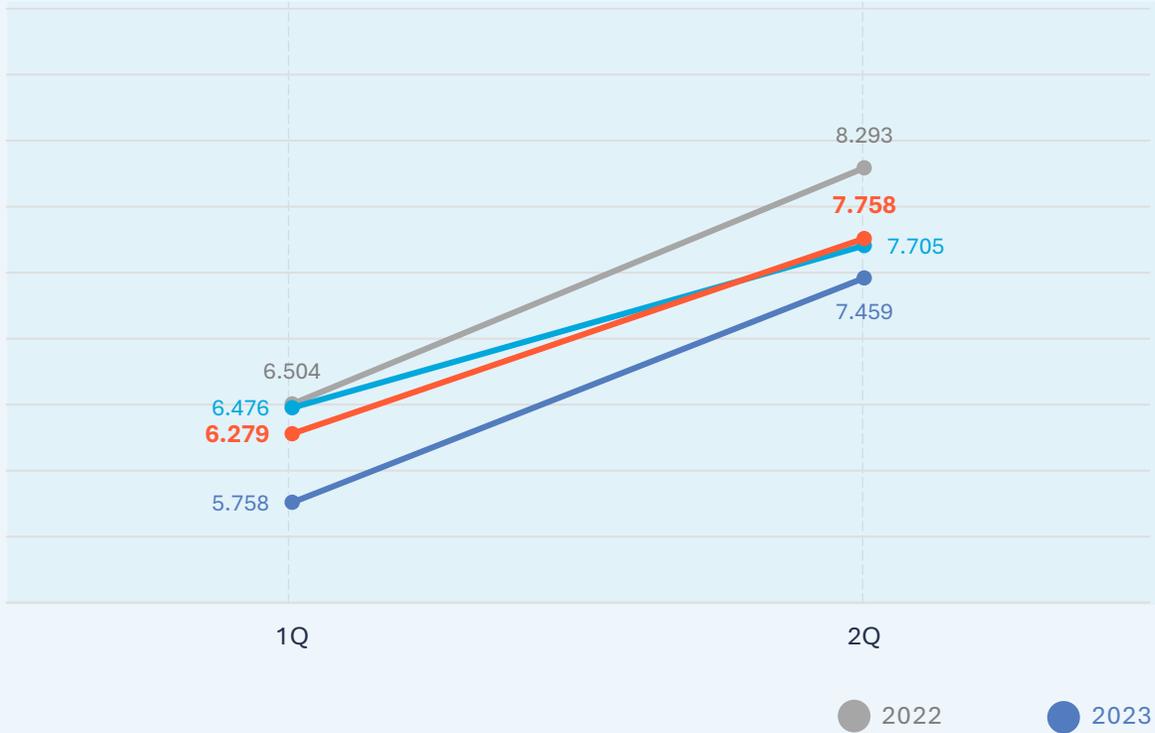
### CONCLUSIONES AL 1H25:

- Concha y Toro aumenta su participación a mayo, de 35,8% a 37,5% en volumen.

# Ventas en Volumen – Sólo Vino

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILES DE C9L)



VAR

0,7%

vs 2Q24

VAR

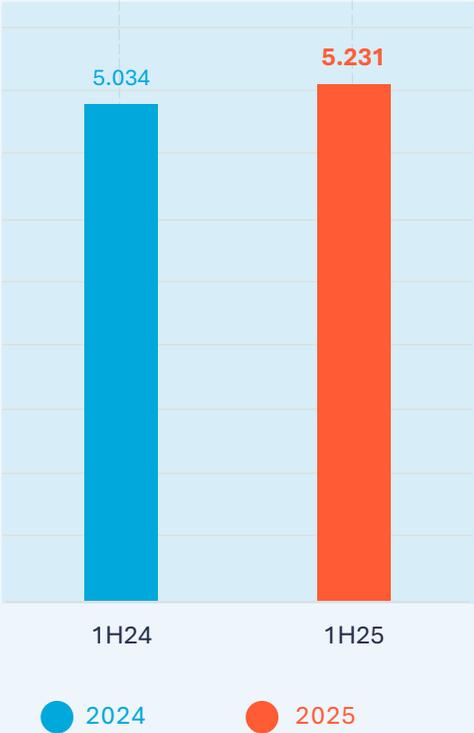
(1,0%)

vs 1H24

# Ventas en Volumen – Categoría Premium y Superiores

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILES DE C9L)



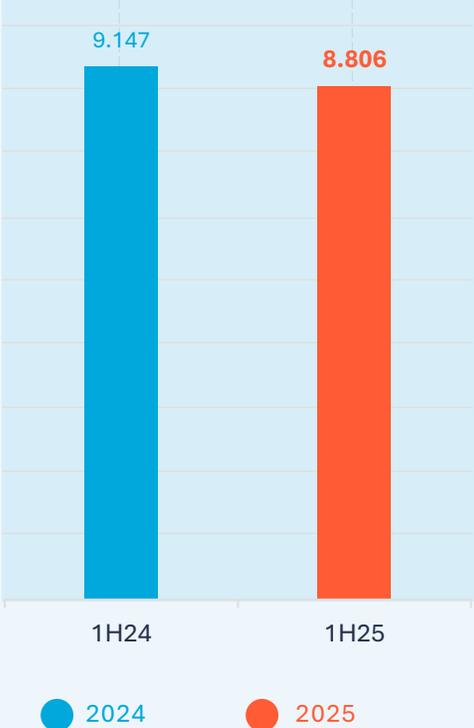
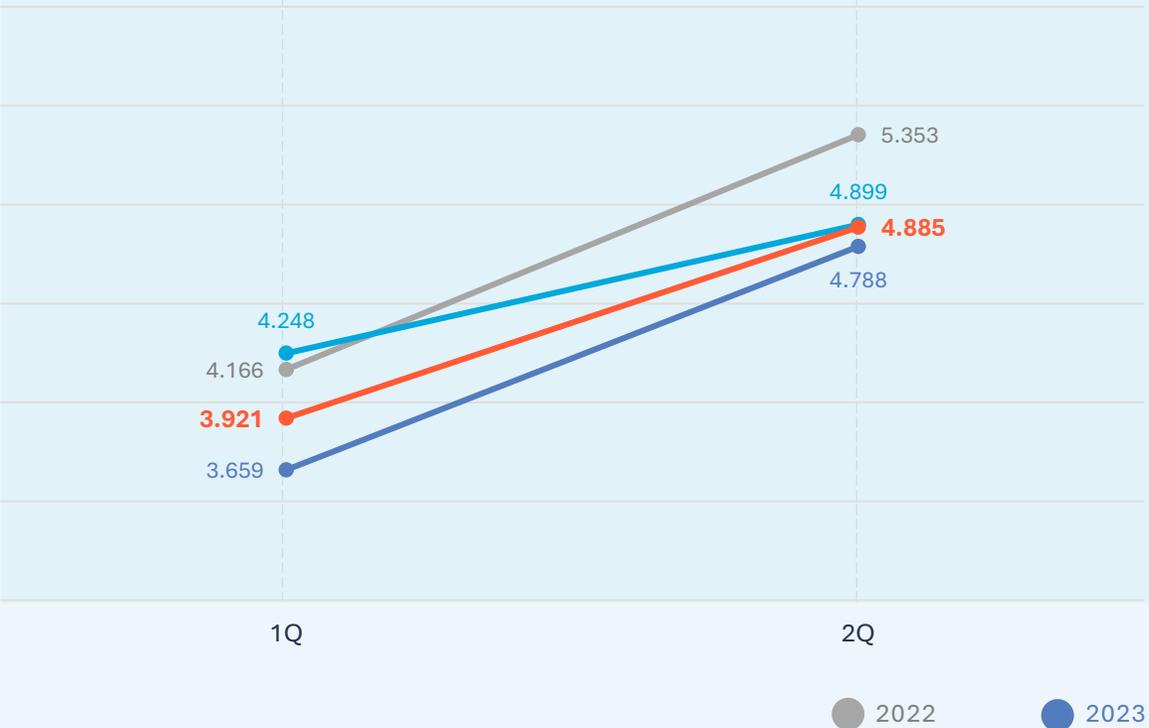
VAR  
**2,4%**  
vs 2Q24

VAR  
**3,9%**  
vs 1H24

# Ventas en Volumen – Categoría Varietales e Inferiores

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILES DE C9L)



VAR  
**(0,3%)**  
vs 2Q24

VAR  
**(3,7%)**  
vs 1H24

# Ventas en Valor

## POR CATEGORÍA

VAR % VALOR	1Q25	2Q25	1H25
PREMIUM Y SUPERIORES	6,6%	6,5%	6,6%
VARIETALES E INFERIORES	(5,4%)	1,1%	(2,0%)
CERVEZAS Y LICORES	5,2%	16,2%	9,7%
<b>VENTAS CONSOLIDADAS*</b>	<b>1,4%</b>	<b>3,2%</b>	<b>2,3%</b>

(\*) No se considera categoría “Otros” dado que representa menos del 1,5% de las ventas al 1H25.

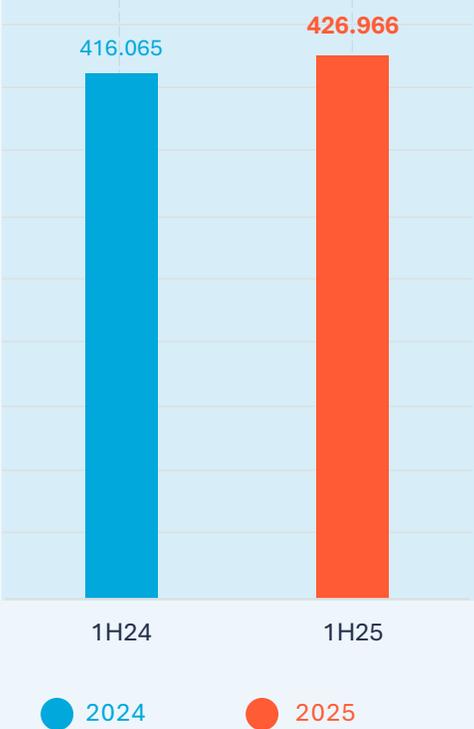
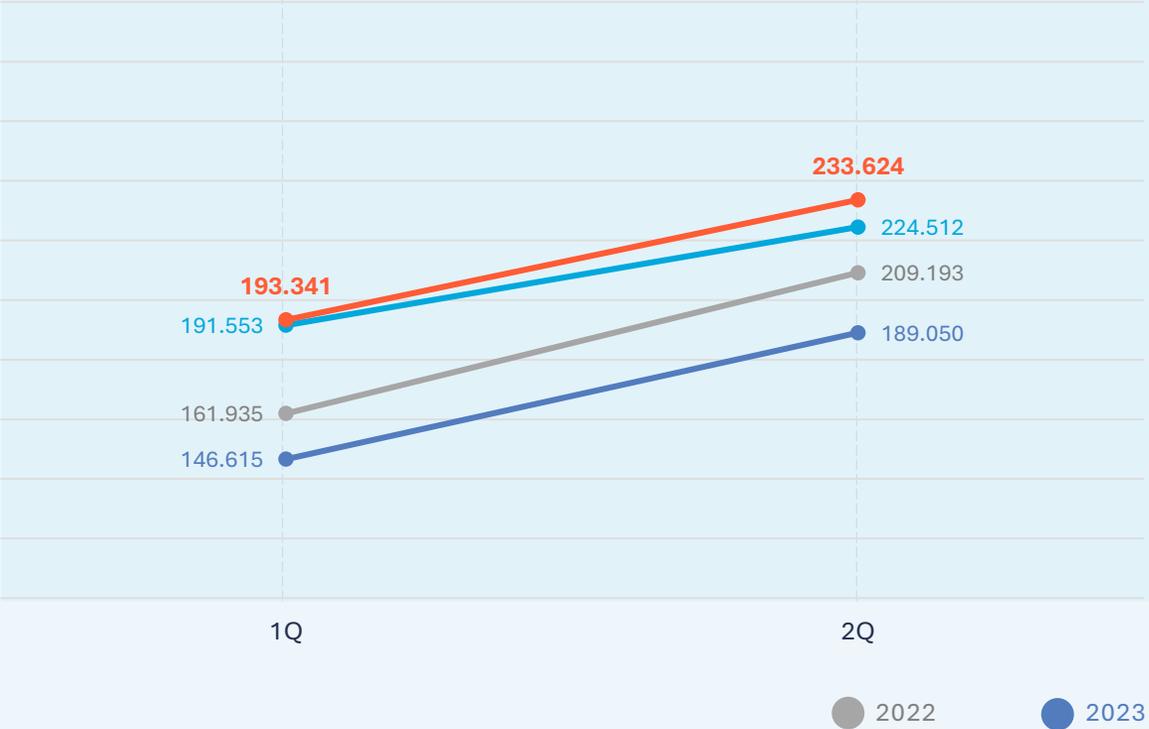
### CONCLUSIONES AL 1H25:

- En 2Q25, las ventas en valor fueron las mejores en 7 años, con el quinto volumen más bajo, reflejando el éxito de la premiumización.

# Ventas en Valor – Sólo Vino

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



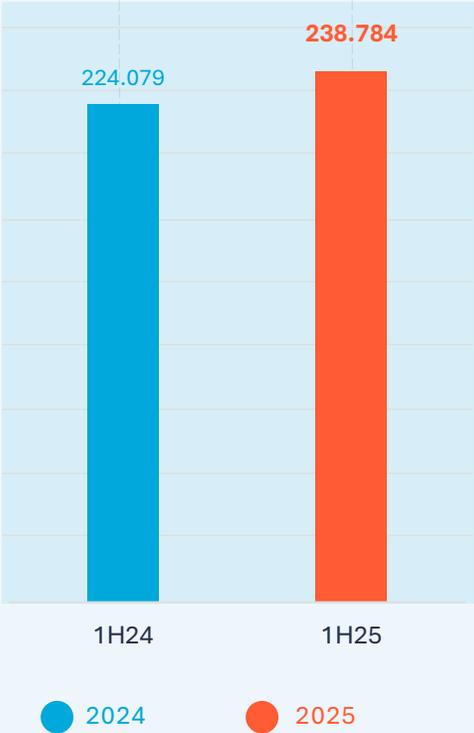
VAR  
**4,1%**  
vs 2Q24

VAR  
**2,6%**  
vs 1H24

# Ventas en Valor – Categoría Premium y Superiores

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



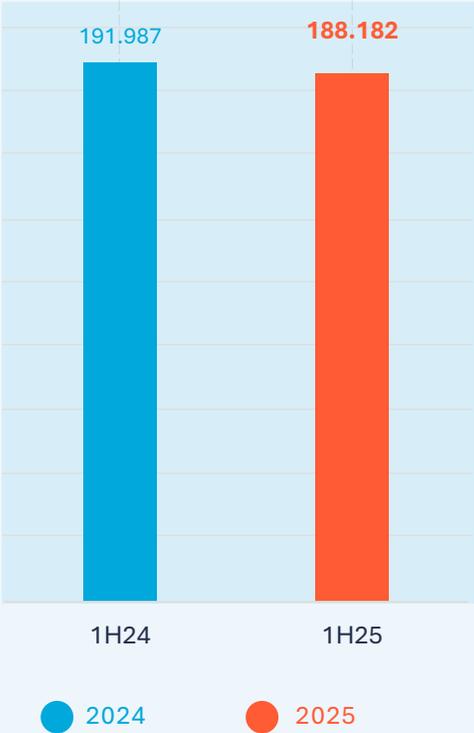
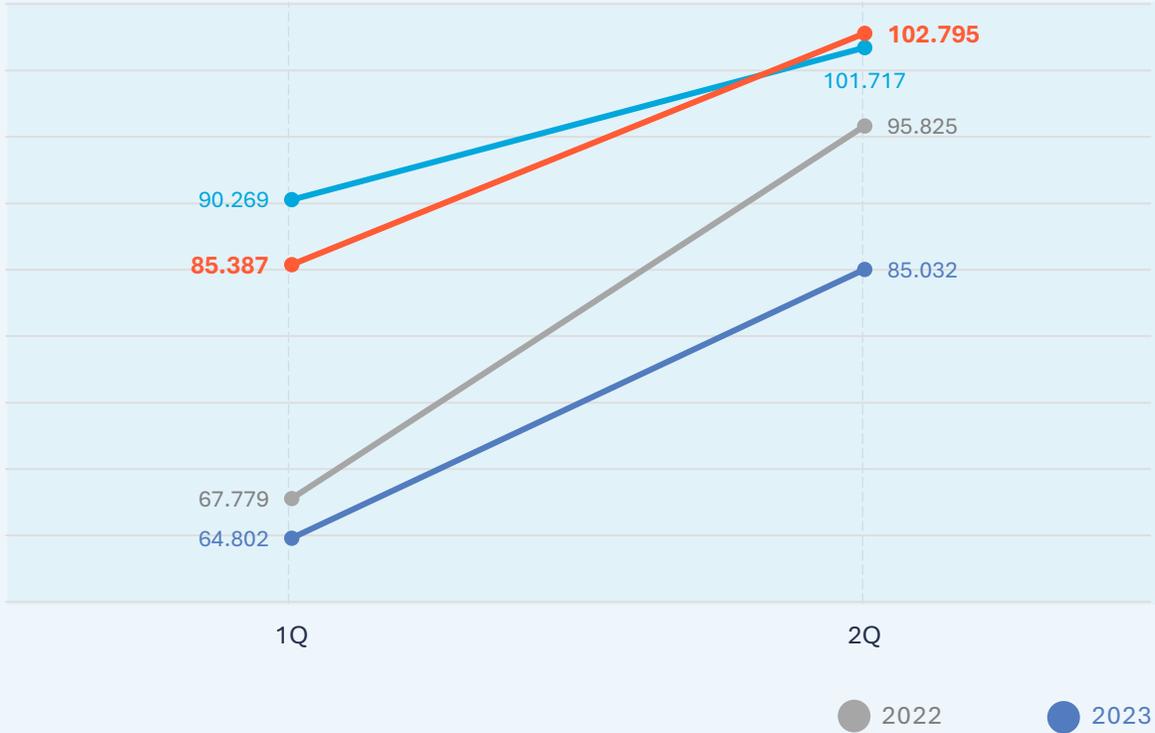
VAR  
**6,5%**  
vs 2Q24

VAR  
**6,6%**  
vs 1H24

# Ventas en Valor – Categoría Varietales e Inferiores

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)

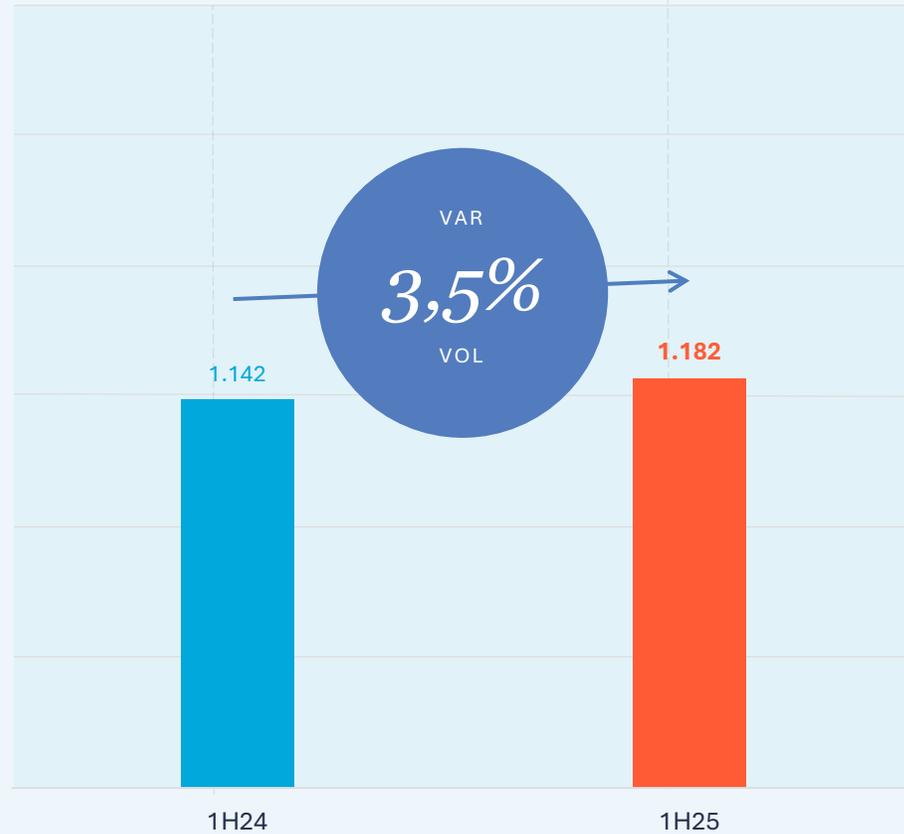


VAR  
**1,1%**  
vs 2Q24

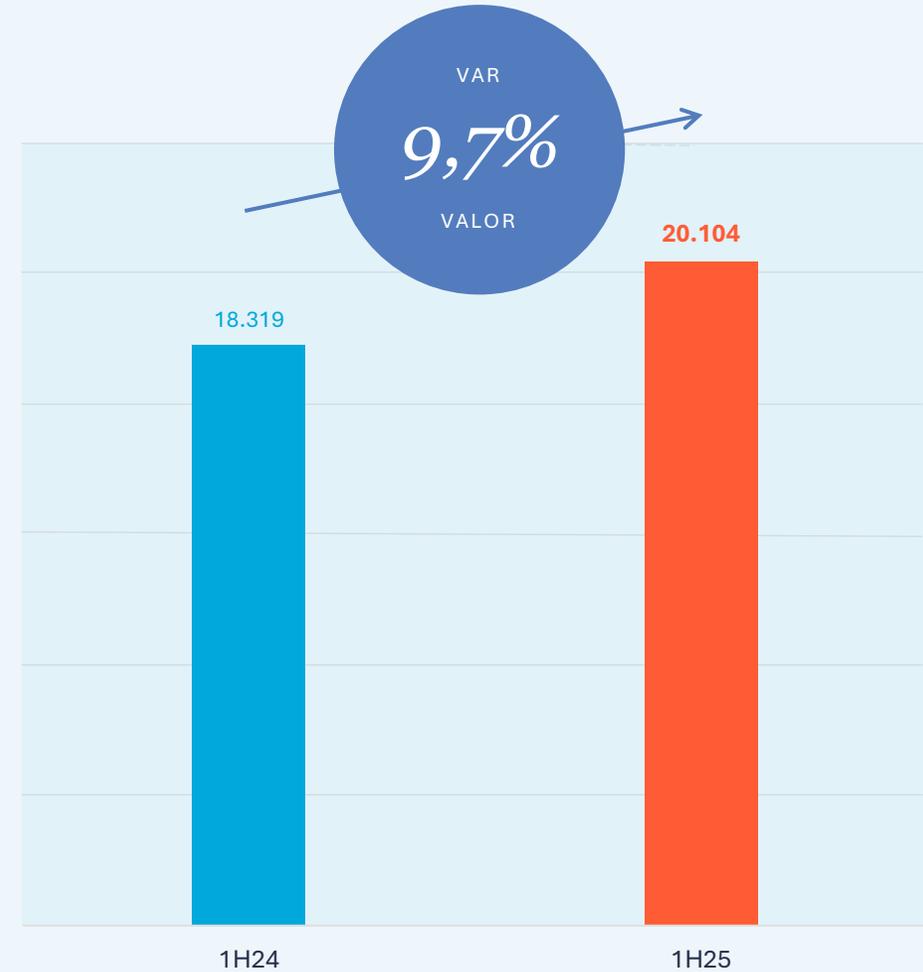
VAR  
**(2,0%)**  
vs 1H24

# Crecimiento de ventas en valor y volumen

NUEVOS NEGOCIOS (CERVEZAS Y LICORES)



(MILES DE C9L)



(MILLONES DE CLP\$)

# Márgenes

## POR TRIMESTRE

	1Q24	1Q25	2Q24	2Q25	1H24	1H25
MARGEN BRUTO	38,1%	<b>38,6%</b>	39,9%	<b>39,5%</b>	39,1%	<b>39,1%</b>
GAV / VENTAS	27,7%	<b>27,6%</b>	26,1%	<b>27,5%</b>	26,8%	<b>27,5%</b>
MARGEN OPERACIONAL (EBIT)	10,4%	<b>10,3%</b>	14,0%	<b>11,5%</b>	12,3%	<b>10,9%</b>

### CONCLUSIONES:

- En el 2Q25 hubo un mayor GAV por efecto inflación y agresividad en la Categoría Varietal e Inferior

# Nuevas plantaciones en variedades blancas

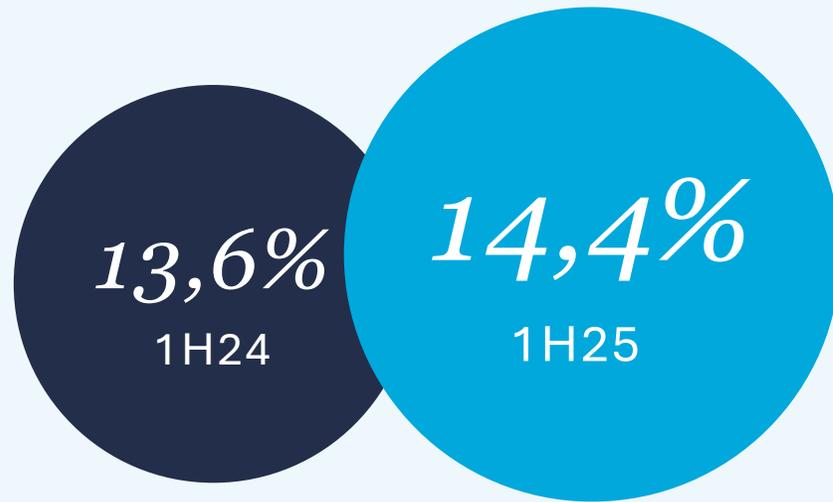
2023 - 2026

	2023	2024	2025	2026
INCREMENTO CEPAS BLANCAS	99,2	105,1	200,2	232,5

**637**  
TOTAL NUEVAS  
HA



# Lanzamiento de nuevos productos con MENOR GRADUACIÓN ALCOHÓLICA



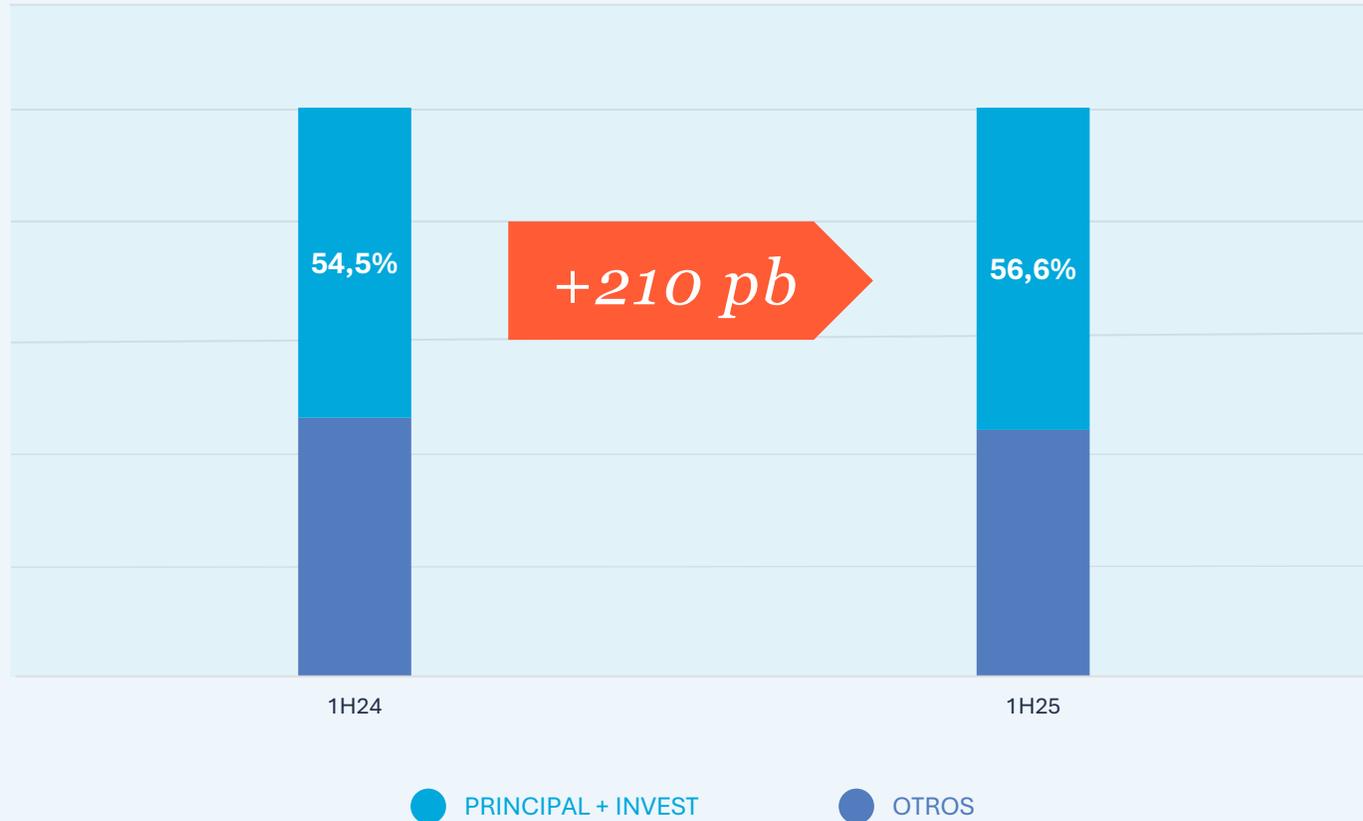
CATEGORÍA VINOS	MC9L 1H24	PARTICIPACIÓN %	MC9L 1H25	PARTICIPACIÓN %
BAJA GRADUACIÓN DE ALCOHOL CONCHA Y TORO CHILE	1.591	13,6 %	1.677	14,4 %



Otros aspectos  
*a destacar*

# 1. Mix Premium 1H25

+210 PB EN MIX PRINCIPAL + INVEST (SÓLO VINO)



VAR  
**15,9%**  
DIABLO  
VALOR

VAR  
**7,3%**  
BONTERRA  
VALOR

VAR  
**177,0%**  
DON MELCHOR  
VALOR

## 2. Mercados

AL 1H25



De todos los mercados, el único con fuerte decrecimiento en valor es **Japón**, por categoría Varietales e Inferiores.

**+10%**

Esto se contrarresta con un fuerte crecimiento en el Mix Principal + Invest en dicho país.

## 2. Desempeño trimestral Principales Mercados

### SÓLO VINO

VAR % VALOR	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
REINO UNIDO	17,5%	16,1%	14,5%	0,3%	1,8%
CHILE	8,8%	5,7%	5,8%	3,8%	4,5%
EE.UU.	28,4%	(2,3%)	12,4%	8,7%	(8,8%)
BRASIL	28,6%	12,0%	8,1%	(9,1%)	10,5%
MÉXICO	3,7%	14,0%	(5,2%)	(3,3%)	3,3%

LOS 5 PAÍSES PRINCIPALES  
REPRESENTAN EL

# 70,1%

DE LAS VENTAS DE VINO  
AL 2Q25

## 2. Desempeño Principales Mercados

### SÓLO VINO

1H25	VAR % VALOR
REINO UNIDO	1,1%
CHILE	4,2%
EE.UU.	(0,2%)
BRASIL	9,0%
MÉXICO	5,7%

LOS 5 PAÍSES PRINCIPALES  
REPRESENTAN EL

72,2%

DE LAS VENTAS DE VINO  
AL 1H25

#### CONCLUSIONES AL 1H25:

- De los veinte principales mercados, en vinos, 5 crecieron a tasas superiores al 25%, tres a tasas superiores al 6% y cuatro decrecieron: EE.UU., Canadá, Japón y Costa Rica.

### 3. Marcas

AL 1H25

+4,5%



El universo de Casillero del Diablo(\*) **crece en valor un 4,5%.**

(\*) El universo de Casillero del Diablo se refiere a la marca CDD y sus extensiones de línea, incluyendo Carnaval y Diablo.

Trivento Reserve sin mayor crecimiento en valor.

0,1%



Bonterra tiene un **crecimiento del 7,3%** en valor.

+7,3%



### 3. Desempeño trimestral Principales Marcas

#### SÓLO VINO

VAR % VALOR	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
CASILLERO DEL DIABLO	22,3%	8,2%	17,5%	4,8%	1,2%
FRONTERA	20,3%	(7,7%)	5,9%	(6,6%)	(2,7%)
RESERVADO	17,2%	15,1%	8,8%	6,0%	2,1%
TRIVENTO RESERVE	21,1%	16,7%	9,5%	(2,6%)	2,7%
ISLA NEGRA SEASHORE	18,6%	7,7%	(2,5%)	(14,0%)	8,9%
DIABLO	18,3%	30,5%	9,3%	18,7%	14,1%
BONTERRA	11,7%	1,1%	4,8%	29,2%	(8,8%)

LAS 7 MARCAS PRINCIPALES  
REPRESENTAN EL

# 64,2%

DE LAS VENTAS DE VINO  
AL 2Q25

### 3. Desempeño Principales Marcas

#### SÓLO VINO

1H25	VAR % VALOR
CASILLERO DEL DIABLO	2,8%
FRONTERA	(4,7%)
RESERVADO	3,6%
TRIVENTO RESERVE	0,1%
ISLA NEGRA SEASHORE	(3,0%)
DIABLO	15,9%
BONTERRA	7,3%

LAS 7 MARCAS PRINCIPALES  
REPRESENTAN EL

64,5%

DE LAS VENTAS DE VINO  
AL 1H25

#### CONCLUSIONES AL 1H25:

- Caída de Isla Negra se debe a una mayor competencia en segmentos no premium por el incremento impositivo a productos de alcoholes en Reino Unido.
- Caída de Frontera se debe, en su mayoría, por desfase de ventas en Japón.

## 4. Don Melchor

AL 1H25

+177%

Don Melchor se ubica en el ranking **N.12 de marcas (en valor)**, con un crecimiento de **177,0%** al 1H25.





# Visión para el 2H25 y *cierre de año*



Se espera crecimiento importante en volumen en todas las marcas principales de la Categoría Premium y Superiores (CDD, Trivento y Bonterra).

---



Leve crecimiento en Categoría Varietales e Inferiores.

---



Fortalecimiento de nuestra unidad de negocio de Pirque con la exitosa apertura del Centro del Vino.



CAP 02

# Resultados 2Q25 y 1H25

OSVALDO SOLAR, CFO

# Otros ingresos y gastos por función

## QUE AFECTAN AL RESULTADO OPERACIONAL

(MILLONES DE CLP\$)	2Q24	2Q25	VAR %	1H24	1H25	VAR %
RESULTADO OPERACIONAL (EBIT)	33.241	28.161	(15,3%)	54.753	49.640	(9,3%)
CASTIGOS (WRITE-OFFS)	(445)	(702)	57,7%	(839)	(2.854)	240,2%
OTROS INGRESOS Y GASTOS POR FUNCIÓN	608	(850)	(239,7%)	604	(1.186)	(296,5%)
<b>RESULTADO OPERACIONAL*</b>	<b>33.078</b>	<b>29.712</b>	<b>(10,2%)</b>	<b>54.988</b>	<b>53.680</b>	<b>(2,4%)</b>

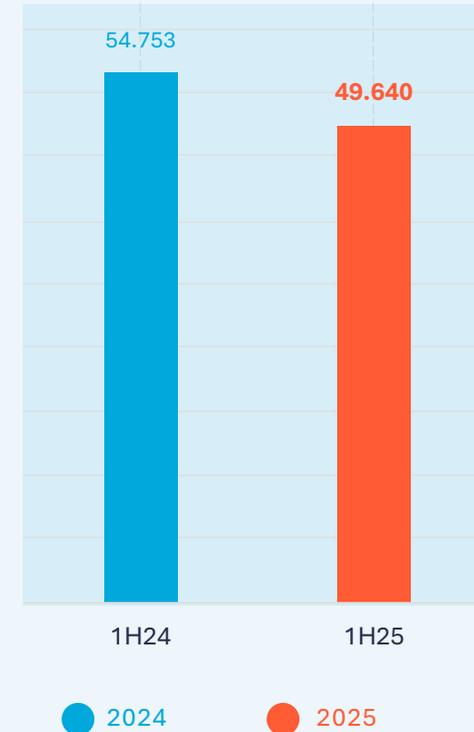
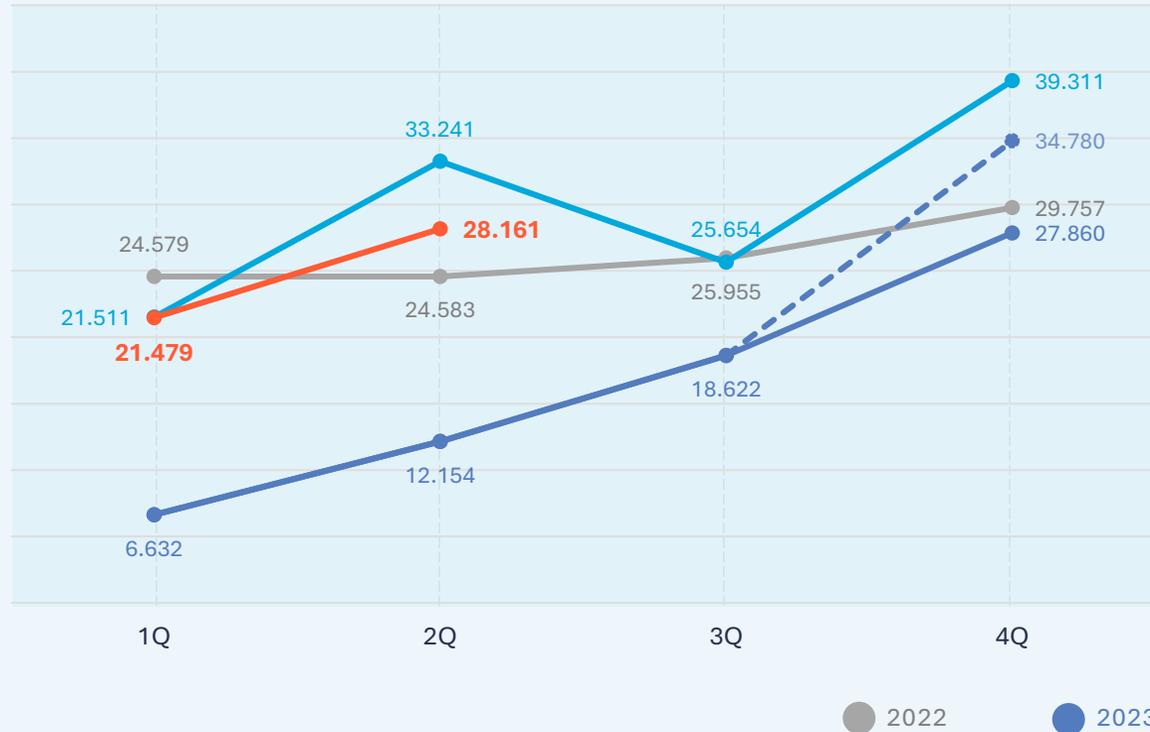
### COMENTARIOS:

- Los castigos (write-offs) corresponden a costos y gastos extraordinarios que no generan flujo, como degradaciones de vinos, arrancas y al castigo por la venta de un terreno a menor valor.

# Resultado Operacional (EBIT)

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



VAR  
**(15,3%)**  
vs 2Q24

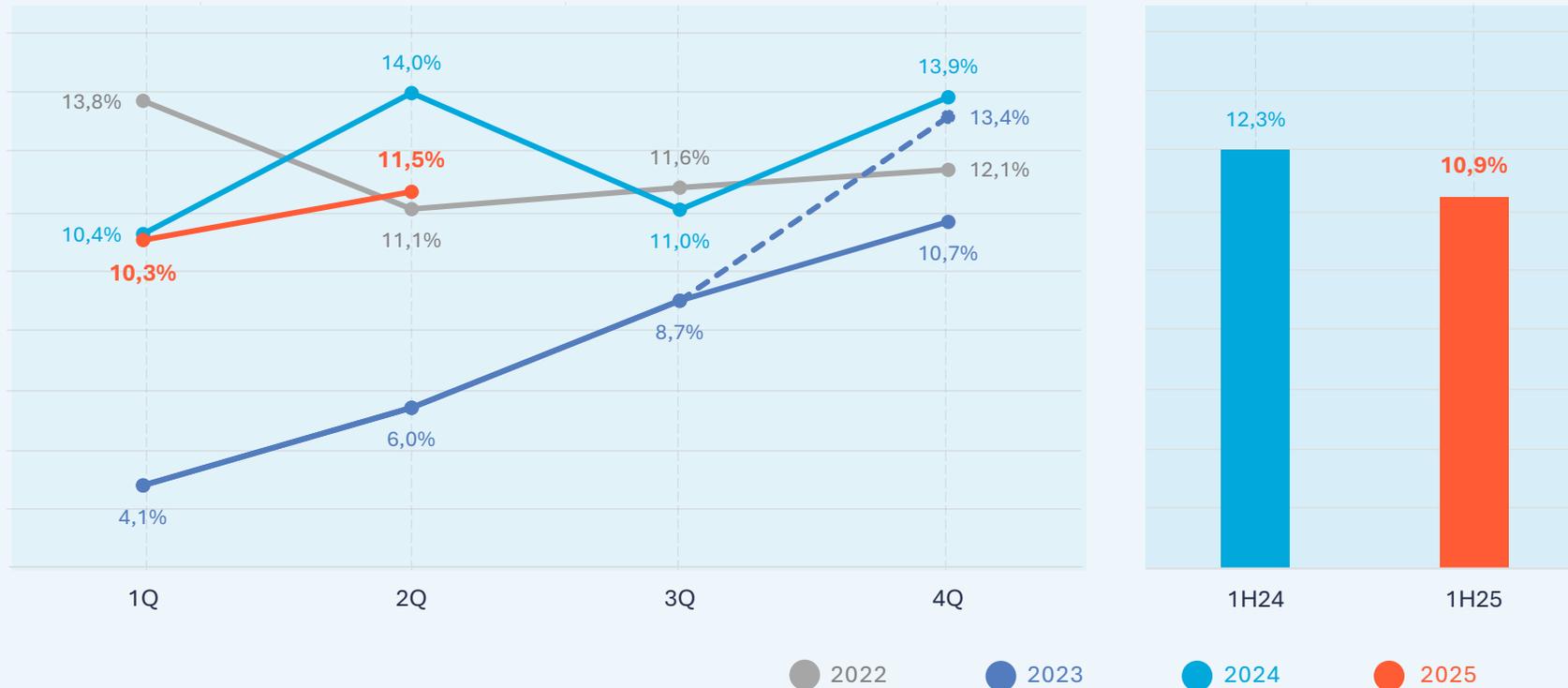
VAR  
**(9,3%)**  
vs 1H24

### EBIT\* AL 1H25:

Al sumarle los castigos extraordinarios y la no repetición de ingresos extraordinarios del 2024, el EBIT\* hubiese alcanzado **CLP\$ 53.680 millones**, un **2,4%** bajo la cifra del 1H24.

# Margen EBIT

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL



VAR  
*(250 pb)*  
vs 2Q24

VAR  
*(140 pb)*  
vs 1H24

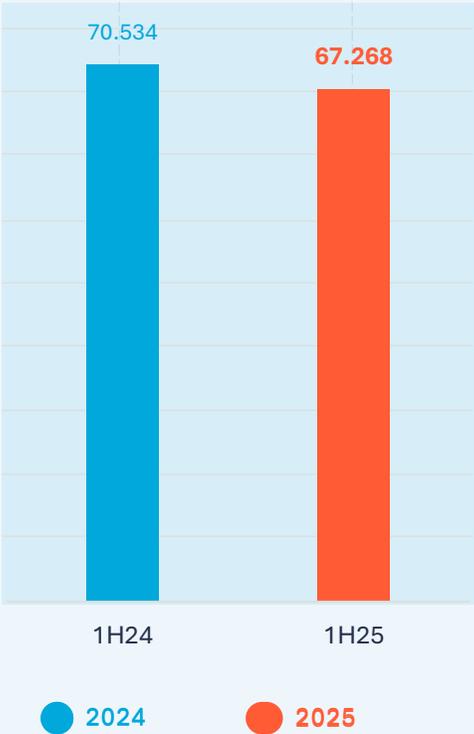
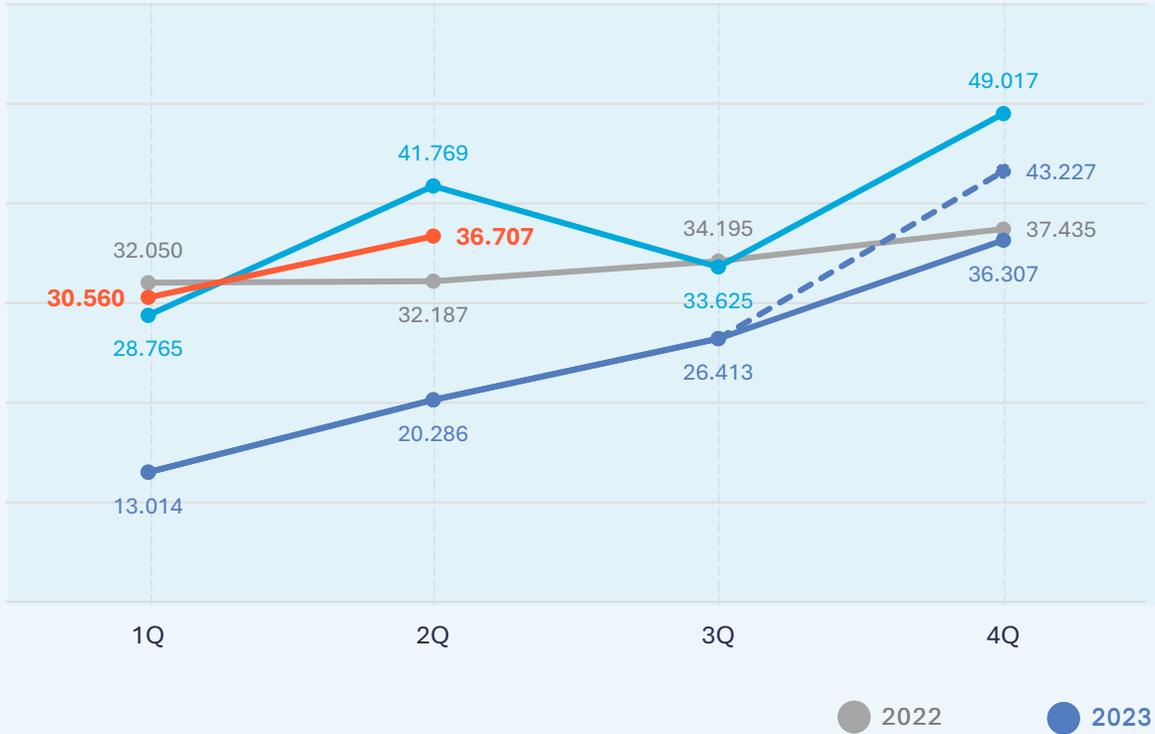
### EBIT\* AL 1H25:

Al sumarle los castigos extraordinarios y la no repetición de ingresos extraordinarios del 2024, el Margen EBIT\* hubiese alcanzado **11,8%**, una caída de **60 pb** bajo la cifra del 1H24.

# EBITDA

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



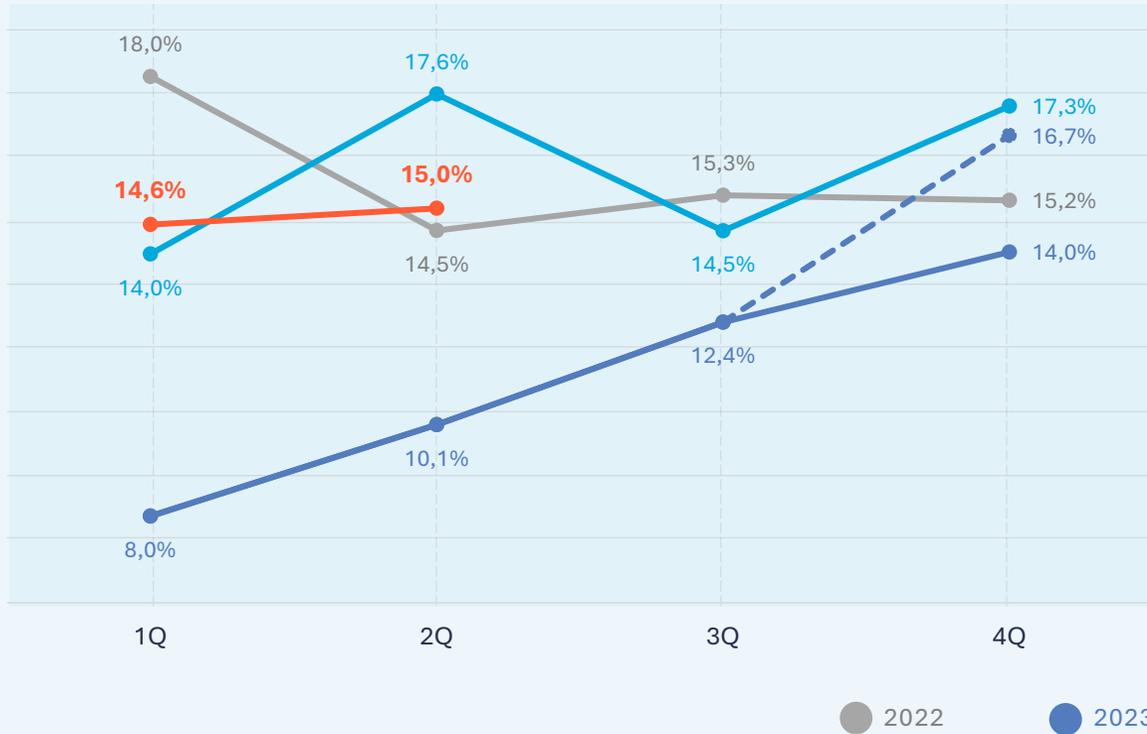
VAR  
**(12,1%)**  
vs 2Q24

VAR  
**(4,6%)**  
vs 1H24

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

# Margen EBITDA

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

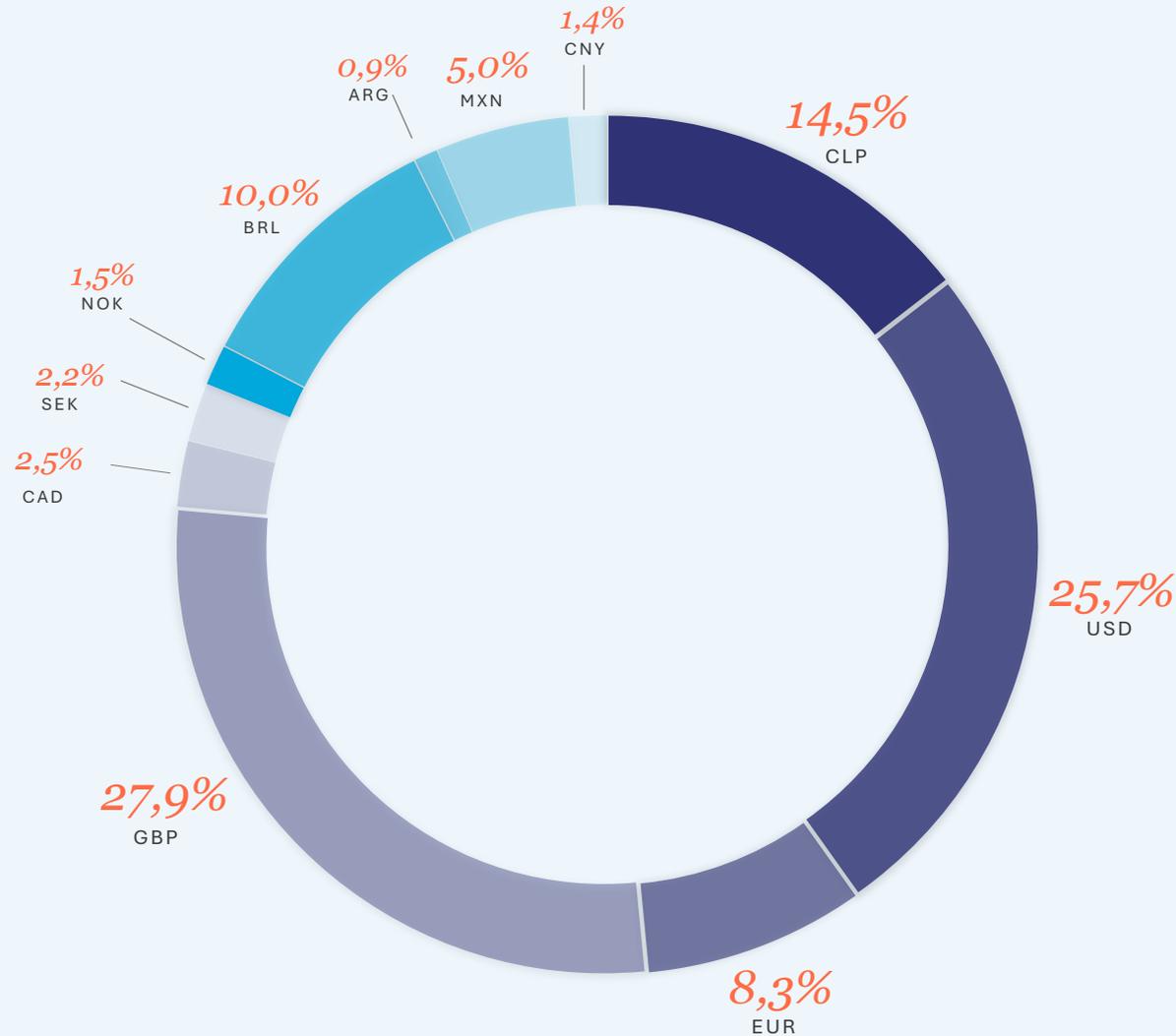


VAR  
*(260 pb)*  
vs 2Q24

VAR  
*(110 pb)*  
vs 1H24

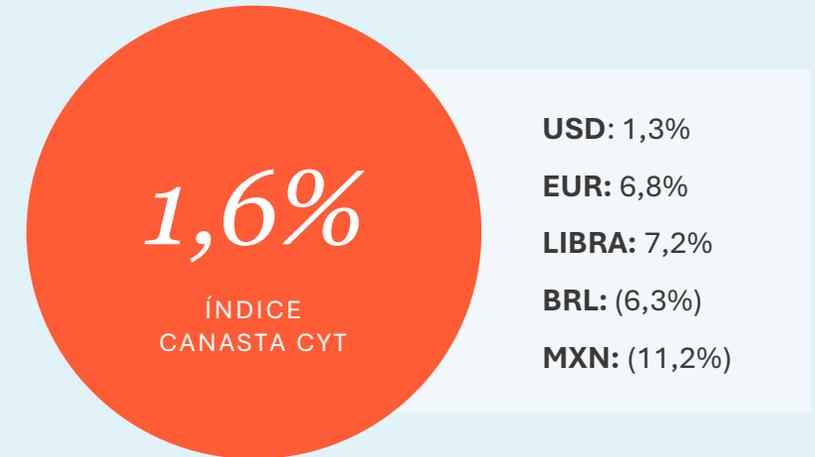
# Diversificación de monedas

2Q25



## VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO

2Q25 vs 2Q24



La diversificación de monedas atenúa las variaciones del dólar como moneda única

El efecto del tipo de cambio impactó el Resultado Operacional positivamente en **CLP\$ 1.153 millones** en el 2Q25 y negativamente (**CLP\$ 2.112 millones**) al 1H25.

# Resultado No Operacional

AL 2Q25

(MILLONES DE CLP\$)	2Q25	2Q24	VAR (\$)	VAR (%)
GASTO FINANCIERO NETO (*)	(4.087)	(4.777)	690	(14,5%)
DIFERENCIAS DE CAMBIO	486	370	116	31,3%
<b>RESULTADO NO OPERACIONAL (**)</b>	<b>(3.601)</b>	<b>(4.407)</b>	<b>806</b>	<b>(18,3%)</b>
EMPRESAS COLIGADAS	408	155	253	163,0%

## CONCLUSIONES:

- El **28%** del menor gasto lo explica la disminución de la deuda, y el restante **72%** es por efecto de la disminución de la tasa de interés promedio.

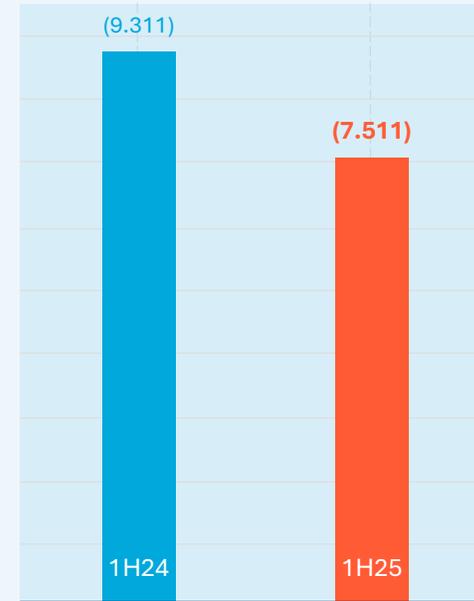
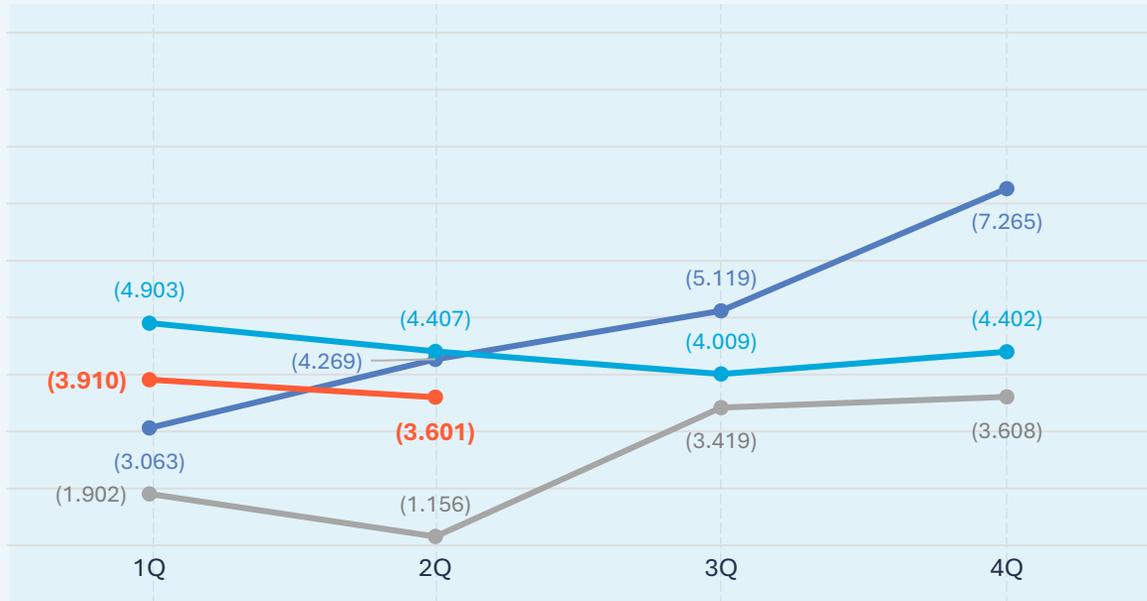
(\*) Gasto Financiero Neto = Ingresos Financieros, Costos Financieros y Resultados por unidades de reajuste.

(\*\*) No considera resultados de empresas coligadas.

# Resultado No Operacional\*\*

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



VAR  
**(18,3%)**  
vs 2Q24

VAR  
**(19,3%)**  
vs 1H24

● 2022 ● 2023 ● 2024 ● 2025

(\*\*) No considera resultados de empresas coligadas.

# Positivas perspectivas para el RESULTADO NO OPERACIONAL

\* El Banco Central converge a la meta de inflación recién en el 1H26.

Inflación Acumulada 2025 v/s 2024



## BENEFICIOS 2Q25

Inflación fijada para 2Q25:  
**2,82%**  
anualizada  
vs **4,48%** real

Efecto sin cobertura en 2Q25:  
**CLP\$ 1.952 MM**

Efecto con inflación fija:  
**CLP\$ 1.439 MM**

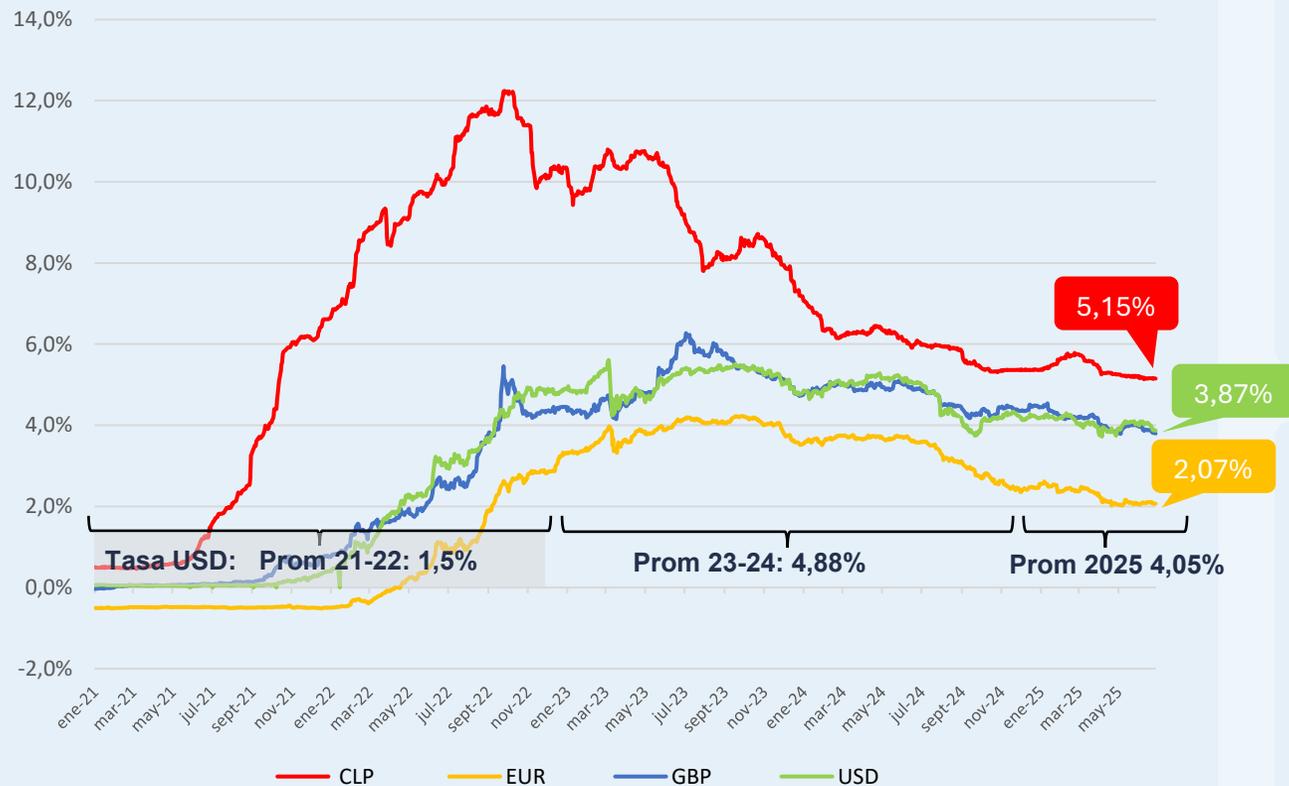
Ganancia obtenida:  
**CLP\$ 513 MM**

## PRÓXIMOS MESES:

- Actualmente el **100%** de los bonos están cubiertos.
- **UF 5,25 MM** a CLP (inflación fijada en **2,82%**)
  - **UF 1,75 MM** a USD (tasa fijada en **4,69%**)

# Positivas perspectivas para el RESULTADO NO OPERACIONAL

## 01. TASA DE INTERÉS BASE DE CORTO PLAZO



## 02. MONTO DEUDA

Reducción en términos absolutos de CLP\$ 11.467 MM, sin considerar efecto tipo de cambio (junio 2025 vs junio 2024).

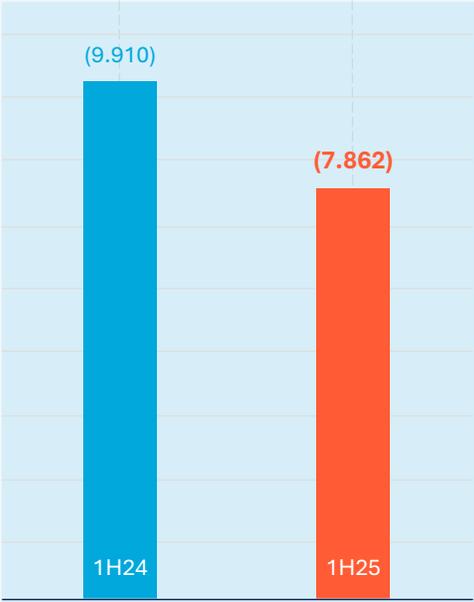
## 03. TIPO DE CAMBIO

Hedge de pasivos con activos de la compañía.

# Gasto Financiero Neto

## EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



● 2023

● 2024

● 2025

VAR  
**(14,5%)**  
vs 2Q24

VAR  
**(20,7%)**  
vs 1H24

Gasto Financiero Neto: Ingresos Financieros + Gastos Financieros + Resultados por unidades de reajuste.

## Utilidad Neta (Millones de CLP\$) y Margen Neto (%)

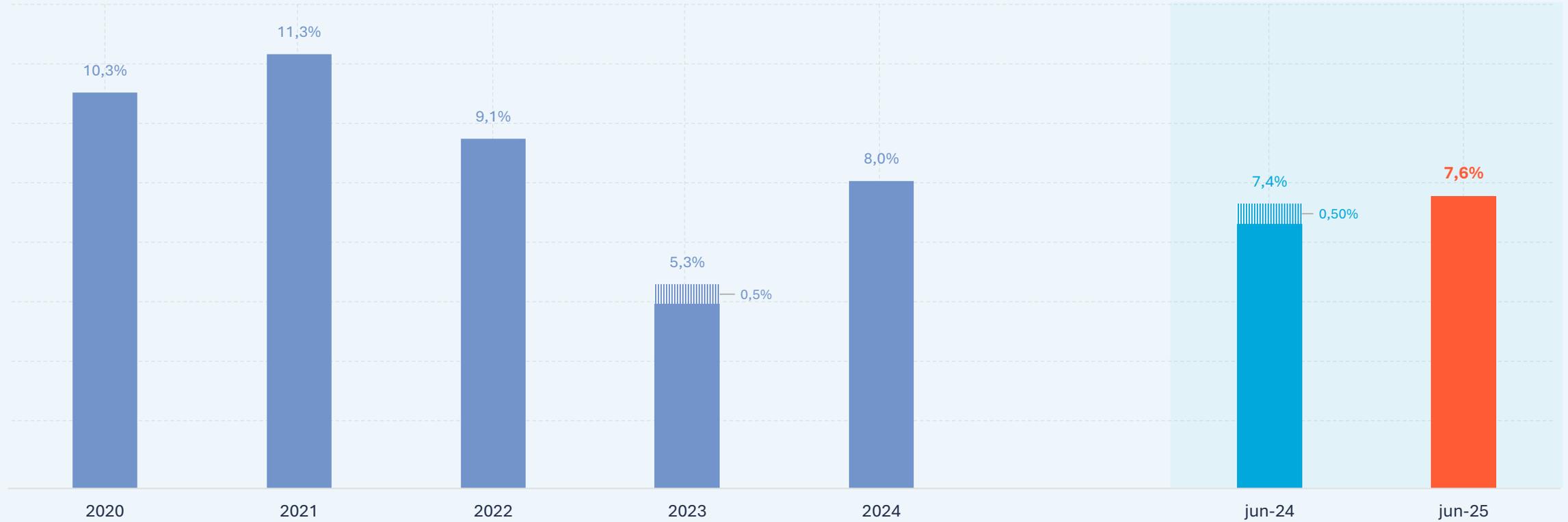


### CONCLUSIONES:

- La disminución de Utilidad de CLP\$ 1.706 millones es menor al efecto después de impuestos de los castigos extraordinarios y otros ingresos extraordinarios de CLP\$ 2.949 millones.

# Retorno sobre el capital invertido

ROIC (%)



**2023\* y 1H24\* +0,5%:**  
SIN ACUERDO JUDICIAL EN EE.UU.

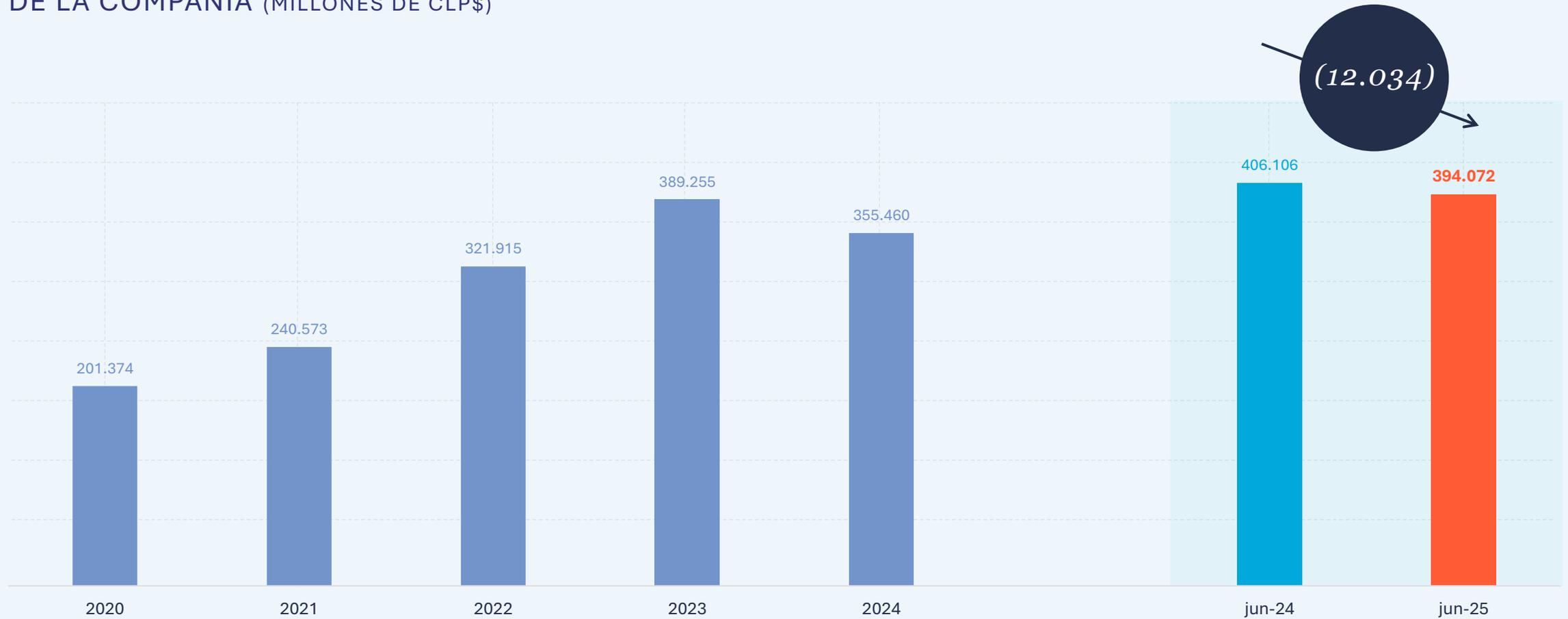
**ROIC:** (Margen Operacional – Impuestos + Diferencias de Cambio) / (Patrimonio – Deuda Financiera Neta – Caja).

(\*) Cuentas de Resultados corresponde a los 12 meses móviles.

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

# Deuda Financiera Neta

DE LA COMPAÑÍA (MILLONES DE CLP\$)



La caída de **CLP\$ 12.034 millones** se da por **reducción en términos absolutos de la deuda** (CLP\$ 11.467 millones) sumado al **efecto del tipo de cambio** (CLP\$ 567 millones).

# Bajo Nivel De Endeudamiento

## RELATIVO AL TAMAÑO DEL PATRIMONIO

### SOLIDEZ FINANCIERA

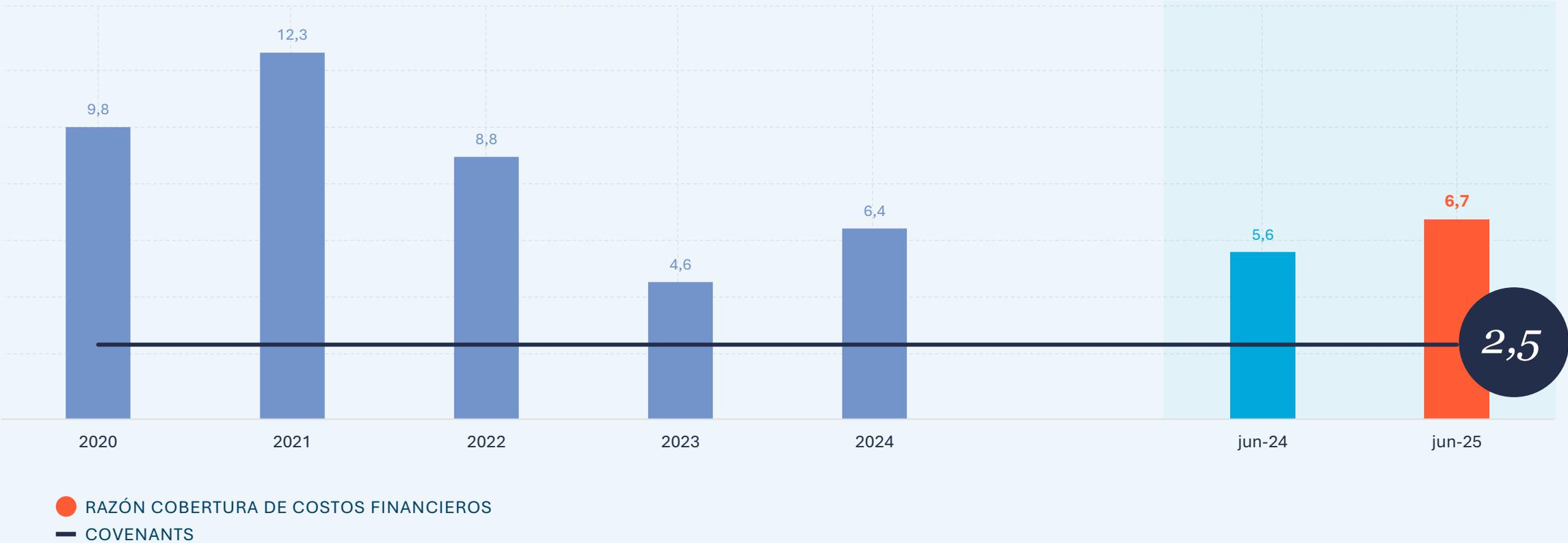


Ratio endeudamiento neto: (Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes – Caja) / Patrimonio

# Cobertura de Gastos Financieros

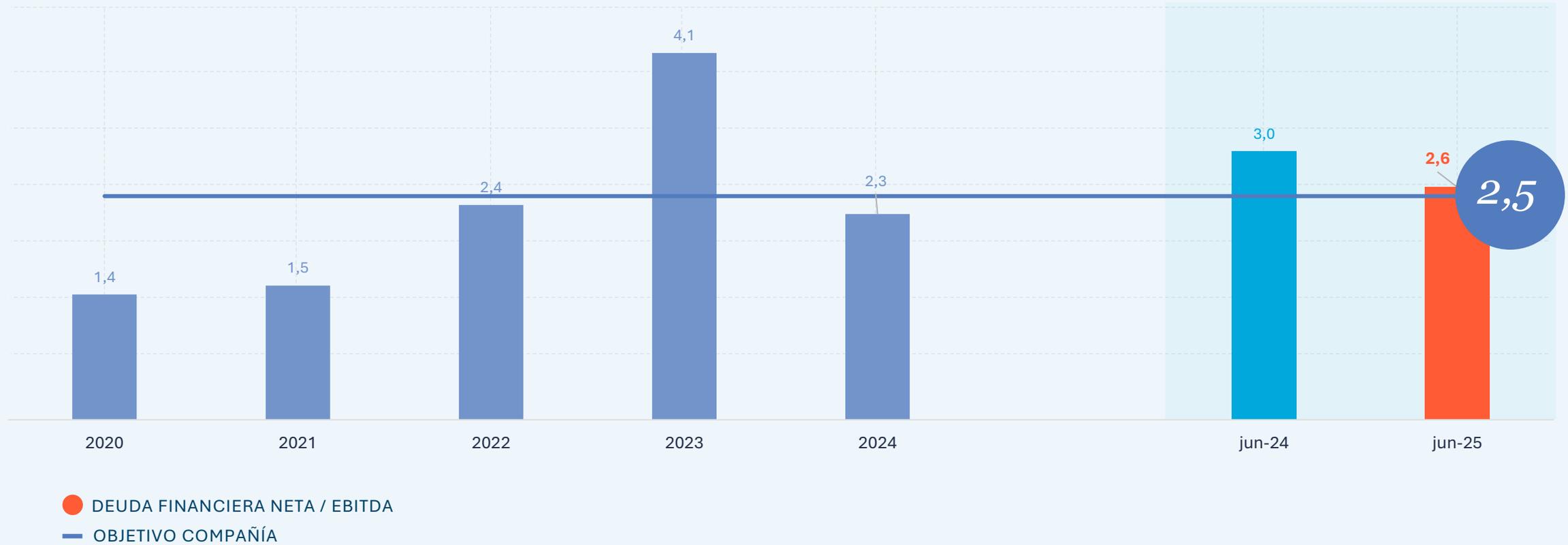
A JUNIO 2025

## SOLIDEZ FINANCIERA



(\*) Razón de Cobertura de Gastos Financieros:  $(\text{Ganancia Bruta} + \text{Costos de Distribución} + \text{Gastos de Administración} + \text{Depreciación} + \text{Amortización}) / \text{Costos Financieros}$

# Deuda Financiera Neta (\*) sobre EBITDA



(\*) Deuda Financiera Neta: Capital de la Deuda Incluyendo Derivados Relacionados - Caja

1  
H  
2  
5



RESULTS  
PRESENTATION