

VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

14925

PRESS
RELEASE

Índice

CAPÍTULO 01

Highlights

CAPÍTULO 02

Comentarios del CEO

CAPÍTULO 03

Resultados 4Q25

CAPÍTULO 04

Resultados 2025

CAPÍTULO 05

Estado de Resultados

CAPÍTULO 06

Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre 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

Jueves 19 de marzo, 11:00 hrs.

Contacto:

Daniela Lama

Head of Investor Relations

daniela.lama@conchaytoro.cl

conchaytoro-ir@conchaytoro.cl

CAPÍTULO 01

Highlights

4 Q 2 5



VENTA VINO

(2,9%)

HASTA CLP\$ 254.661 MM
(-4,4% VENTA CONSOLIDADA)



PREMIUMIZACIÓN

58,1%

MIX PORTFOLIO
PRINCIPAL + INVEST (SOLO VINO)
(-90 PB)



GANANCIA BRUTA

(8,4%)

HASTA CLP\$ 100.787 MM,
EL MARGEN BRUTO ALCANZÓ 37,3%
(-160 PB)

EBITDA

(15,9%)

CLP\$ 42.891 MM

MARGEN EBITDA

15,9%

(-210 PB)

2 0 2 5



VENTA VINO

+2,8%

HASTA CLP\$ 918.270 MM
(+1,7% VENTA CONSOLIDADA)



PREMIUMIZACIÓN

57,4%

MIX PORTFOLIO
PRINCIPAL + INVEST (SOLO VINO)
(+90 PB)



GANANCIA BRUTA

+0,9%

HASTA CLP\$ 376.174 MM,
EL MARGEN BRUTO ALCANZÓ 38,6%
(-30 PB)

EBITDA

(3,1%)

CLP\$ 152.760 MM

MARGEN EBITDA

15,7%

(-70 PB)

CAPÍTULO 02

Comentarios del CEO

Durante 2025, Viña Concha y Toro evidenció la solidez de su estrategia de negocio. La fortaleza de su portfolio de marcas, la eficiencia de su modelo de negocio verticalmente integrado y su amplia red de distribución internacional—tanto propia como a través de socios estratégicos— permitieron alcanzar un desempeño positivo en ventas en valor, pese al desafiante entorno de la industria global de bebidas alcohólicas y al contexto económico internacional marcado por alta incertidumbre y volatilidad.

Bajo este escenario, la compañía ha demostrado su capacidad para anticipar tendencias y adaptarse a las condiciones del mercado, logrando destacar en la industria de bebidas alcohólicas. Las ventas consolidadas alcanzaron CLP\$975.333 millones, lo que representa un incremento interanual de 1,7%. Por su parte, el resultado operacional ajustado totalizó CLP\$116.656 millones, excluyendo los write-offs registrados durante el año, los cuales corresponden a castigos contables de carácter no recurrente y sin impacto en flujo de caja. Al considerar exclusivamente el segmento de vino, las ventas registraron un crecimiento de 2,8%.

El desempeño del ejercicio estuvo impulsado principalmente por la resiliencia de las marcas premium y superiores, cuyas ventas en valor aumentaron 4,3% durante el año, ratificando la fortaleza de la estrategia de premiumización implementada desde fines de 2017. En 2025, estas categorías representaron el 57,4% de las ventas de vino (+90 pb YoY). Destacan los positivos resultados de Casillero del Diablo y sus extensiones de línea (+2,5%) y de Diablo (15,0+%), mientras que la marca de lujo Don Melchor registró un crecimiento en ventas de 84,6%. Asimismo, Trivento y sus extensiones de línea, de nuestra filial Argentina, mostraron un crecimiento de 4,1%, y Bonterra y sus extensiones de línea, de nuestra filial de California, Estados Unidos, registraron un aumento de 3,7%.

Asimismo, se observa un positivo dinamismo en nuestros principales mercados internacionales, impulsado por la potente red de 12 oficinas de distribución propia y robustas alianzas con distribuidores. En este contexto, las ventas crecieron un 1,3% en el Reino Unido, 15,2% en Brasil y 4,6% en México, reflejando la eficacia de nuestra estrategia de expansión global.

En paralelo, la compañía ha continuado ejecutando un ambicioso plan de inversiones orientado a fortalecer su posicionamiento de largo plazo en la industria del vino. Entre 2017 y 2025, Viña Concha y Toro ha invertido un total de US\$573 millones, concentrándose principalmente en el desarrollo agrícola (41,9%) y en enología (26,2%), lo que refleja el foco estratégico en la calidad, la capacidad productiva y la excelencia vitivinícola. Adicionalmente, cerca de un 32% de la inversión se ha destinado a operaciones, tecnología y nuevos negocios, con el objetivo de impulsar eficiencias operativas, modernización tecnológica y expansión estratégica. Estas inversiones, implementadas en un contexto de profundos cambios estructurales en la industria, reafirman nuestra convicción respecto del futuro del negocio del vino y estamos convencidos de que nos otorgarán ventajas competitivas relevantes en términos de costos, productividad y eficiencia.

La compañía enfrentó también presiones adicionales en su estructura de costos derivadas de nuevos factores regulatorios y comerciales, entre ellos la implementación del nuevo impuesto medioambiental

(EPR) en Reino Unido y el pago de aranceles en Estados Unidos. En este contexto, el EBITDA alcanzó CLP\$152.760 millones, una disminución de 3,1% respecto de 2024.

Conscientes del complejo momento que atraviesa la industria global del vino y de la necesidad de ajustar nuestra operación a esta nueva realidad, durante el año avanzamos en un proceso profundo de simplificación del negocio. Este incluyó la racionalización del portfolio de marcas, optimización de insumos y la adecuación de contratos de arriendo de viñedos en nuestra filial de California. Como resultado de este proceso, se registraron write-offs extraordinarios por CLP\$8.188 millones asociados principalmente a existencias y otros activos, sin impacto en el EBITDA de la compañía. Este programa de simplificación y eficiencia, desarrollado con asesoría externa especializada, permitirá capturar ahorros estructurales estimados en aproximadamente CLP\$28.000 millones entre 2026 y 2027.

Adicionalmente, quisiera destacar la sólida posición financiera de nuestra filial en Argentina, que actualmente no registra deuda financiera. En un país donde, según información pública, varios de nuestros principales competidores presentan niveles relevantes de endeudamiento, esta posición representa una ventaja estratégica que abre interesantes oportunidades de crecimiento futuro en ese mercado.

De cara a 2026, continuaremos fortaleciendo la estrategia de premiumización, impulsando nuevos productos alineados con las tendencias de consumo y consolidando nuestra propuesta de enoturismo, especialmente a través del renovado Centro del Vino en Pirque. Asimismo, seguiremos avanzando en la implementación del plan de eficiencias orientado a optimizar nuestra estructura operativa y capturar las sinergias derivadas del proceso de simplificación.

Finalmente, el Directorio acordó proponer a la próxima Junta de Accionistas la distribución de un dividendo equivalente al 50% de las utilidades, superior a nuestra política habitual de 40%. Adicionalmente, se decidió iniciar un nuevo proceso de adquisición de hasta aproximadamente un 3,9% de las acciones suscritas y pagadas de la Sociedad, al amparo del programa de adquisición de acciones de propia emisión aprobado en la Junta Extraordinaria de Accionistas de 22 de abril de 2021. Ambas decisiones buscan enviar una señal clara al mercado respecto de la solidez de nuestros resultados, nuestra disciplina financiera y la confianza que tenemos en las perspectivas futuras de la compañía.

CAPÍTULO 03

Resultados 4Q25

Ventas Consolidadas

Ventas (Millones de CLP\$)	4Q25	4Q24	Var (%)	2025	2024	Var (%)
<i>Mercados de Exportación ⁽¹⁾</i>	198.243	200.954	(1,3%)	682.316	658.654	3,6%
<i>Chile</i>	26.214	26.145	0,3%	106.665	103.856	2,7%
<i>EE.UU.</i>	30.203	35.186	(14,2%)	129.288	130.805	(1,2%)
Vino	254.661	262.284	(2,9%)	918.270	893.314	2,8%
Cervezas y Licores ⁽²⁾	11.731	14.440	(18,8%)	41.244	43.143	(4,4%)
Otros no líquidos ⁽³⁾	4.109	6.188	(33,6%)	15.819	22.173	(28,7%)
Total Ventas	270.500	282.912	(4,4%)	975.333	958.630	1,7%

Volumen (miles de C9L)	4Q25	4Q24	Var (%)	2025	2024	Var (%)
<i>Mercados de Exportación ⁽¹⁾</i>	6.302	6.449	(2,3%)	21.485	21.226	1,2%
<i>Chile</i>	1.327	1.333	(0,5%)	5.806	5.924	(2,0%)
<i>EE.UU.</i>	758	829	(8,6%)	3.048	3.222	(5,4%)
Vino	8.386	8.611	(2,6%)	30.339	30.373	(0,1%)
Cervezas y Licores ⁽²⁾	730	915	(20,3%)	2.454	2.704	(9,2%)
Total Volumen	9.116	9.527	(4,3%)	32.793	33.077	(0,9%)

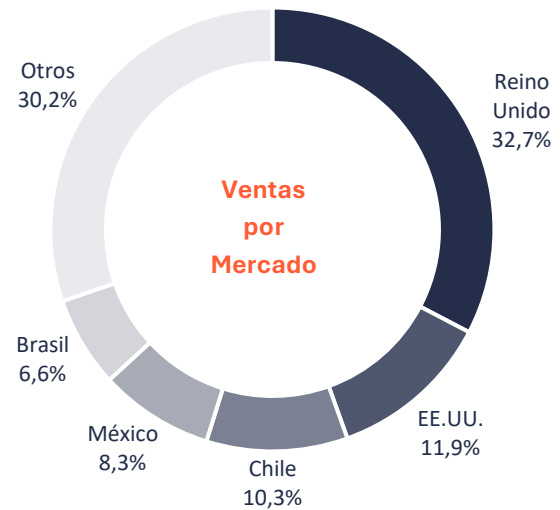
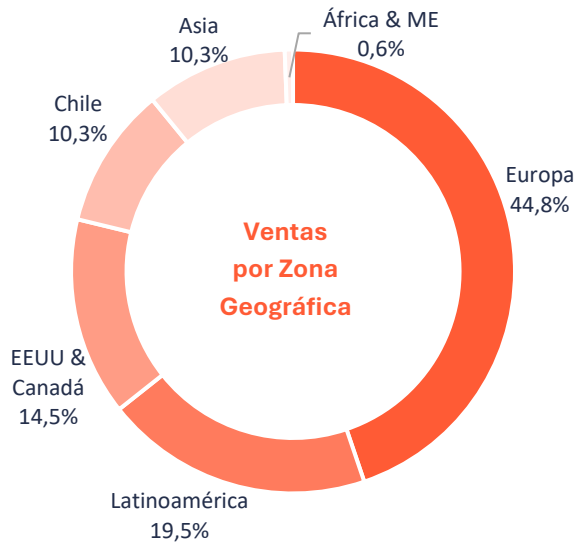
Precio promedio (por C9L)	4Q25	4Q24	Var (%)	2025	2024	Var (%)
Mercados de Exportación US\$	33,7	32,3	4,1%	33,5	32,8	1,9%
Chile Vino CLP\$	19.756	19.614	0,7%	18.372	17.530	4,8%
EE.UU. US\$	42,8	44,1	(3,0%)	44,7	42,9	4,0%

(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”).

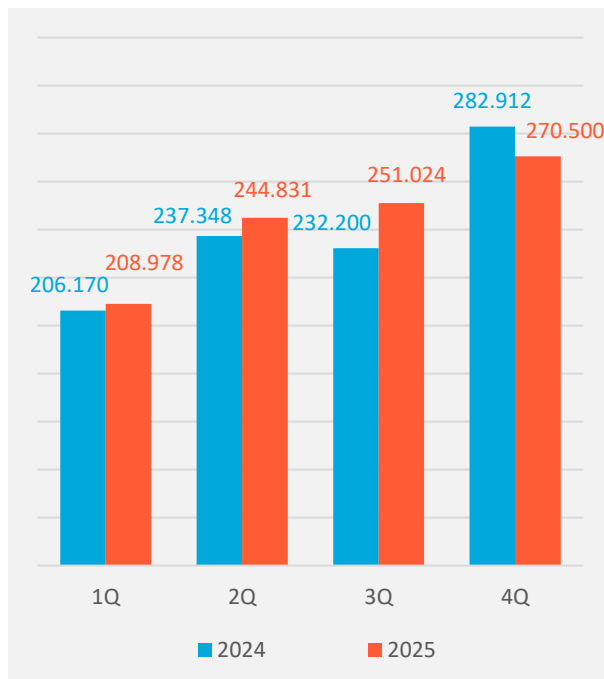
(3) “Otros no líquidos” incluye cambio de criterio de presentación, sin efecto en resultados.

Participación ventas en valor – Sólo vino 4Q25

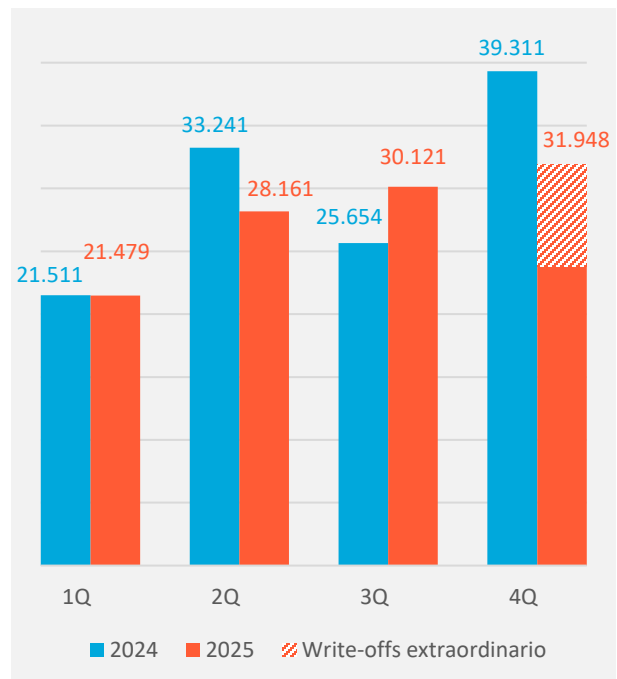


Evolución por trimestre: (cifras en millones de CLP\$)

Ventas Consolidadas



Resultado Operacional Ajustado (EBIT*)



(*) CLP\$31.948 millones excluye castigos extraordinarios por CLP\$8.188 millones.

1. Venta consolidada

El último trimestre del año continuó desafiante para la industria del vino donde, además, nos comparábamos a un trimestre histórico para la compañía, como lo fue el 4Q24, donde crecimos 9,1% vs el 4Q23, debido a un mejor mix, precio promedio y tipos de cambios más altos. Bajo este escenario, observamos caídas en ventas, tanto en volumen como en valor, de 4,3% y 4,4% respectivamente. El segmento Vino, que representa sobre el 94% de las ventas consolidadas, registró una caída de 2,6% en volumen y 2,9% en valor.

Gracias a una gestión comercial enfocada en nuestros mercados prioritarios y a las decisiones estratégicas implementadas en los últimos años, que fortalecieron nuestro portfolio premium y posicionamiento global, el desempeño de la compañía se situó por sobre la competencia, no solo nacional, sino también internacional.

Las ventas consolidadas en valor disminuyeron 4,4% interanual, alcanzando CLP\$270.500 millones, debido a la caída de 4,3% en el volumen consolidado y una baja de 0,1% en el precio promedio, sumado a un efecto negativo del tipo de cambio.

A nivel de mercados, se observó un repunte en valor en tres de los prioritarios: Brasil (+33,4%), México (+6,2%) y Chile (+0,3%). Este comportamiento evidencia la capacidad de la compañía para adaptarse a las condiciones locales y seguir capturando oportunidades de crecimiento, incluso en entornos complejos.

Las categorías Principal e Invest (marcas premium y superiores) representaron el 54,7% de las ventas totales, sin variación con respecto al 4Q24. Entre los desempeños más destacados seguimos encontrando a Diablo (+8,9%) y Trivento Reserve (+0,9%) de nuestra filial Argentina.

En el trimestre se observó una caída en el precio promedio consolidado, impactado por efecto tipo de cambio, con incrementos de +4,1% en Mercados de exportación (US\$) y +0,7% en Chile Vino (CLP\$) pero una caída de 3,0% en EE.UU. (US\$).

1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de la compañía en los Mercados de Exportación cayeron 1,3%, hasta CLP\$198.243 millones, debido a la disminución de volúmenes (-2,3%), a pesar del alza del precio promedio/mix en pesos chilenos (+1,0%).

En Europa la facturación fue 1,1% menor YoY, explicado, mayoritariamente, por la caída de 3,3% en Reino Unido. Esto se explica por la disminución de volúmenes de 4,7%, donde las marcas Casillero del Diablo y Trivento Reserve se vieron afectadas por menores tendencias de consumo. Al contrario, países como Irlanda, Países Bajos, Finlandia y Noruega, tuvieron alzas en valor de 16,3%, 8,9%, 11,0% y 4,5% respectivamente, que contrarrestaron, en parte, la caída de UK.

En Asia, las ventas cayeron 17,7% en valor, por menores ventas en Japón, que disminuye 16,2%, por ajustes de inventario, y Corea del Sur, que cae 32,8%. Por otro lado, en China se vuelve a observar un alza, al igual que el trimestre pasado, de 14,5%, donde destacamos el desempeño de Casillero del Diablo.

En América Latina, el alza en ventas fue de 11,0%, impulsadas mayoritariamente por Brasil (+33,4%) y México (+6,2%). En Brasil, las categorías Principal + Invest crecen 40,3%, donde la marca Casillero del Diablo y Don Melchor continúan siendo las más significativas.

Con respecto al impacto cambiario, en el 4Q25 el peso chileno se depreció un 0,2% frente a nuestra canasta de monedas de facturación. A nivel de las principales monedas, si bien el peso chileno se depreció respecto del euro (5,7%), de la libra esterlina (0,8%), del peso mexicano (6,9%) y del real brasileño (5,4%), este se apreció respecto del dólar (3,9%)¹.

1.2. Chile

En el mercado doméstico de Chile la venta de vino creció 0,3% en valor, llegando a CLP\$26.214 millones, caracterizada por una mejora en el mix premium, que permitió mostrar un alza de 0,7% en el precio promedio.

El incremento en valor se dio en las categorías de marcas prioritarias Principal e Invest, que crecieron 6,4%. Aquí se destacan las marcas Casillero de Diablo, Terrunyo, Carmin de Peumo y Amelia, que crecen a dos dígitos.

En volúmenes de vino, vemos una caída de 0,5%, donde las marcas no premium explicaron gran parte de esta, en un segmento caracterizado por la fuerte competencia de precios y donde la base de ventas del mismo periodo del año anterior fue elevada.

La categoría Cervezas y Licores decreció 20,3% en volumen y 18,8% en valor, debido, en gran medida, por el desempeño de cervezas importadas como Miller, presente en un segmento que persiste desafiante y con alta competencia. Por otro lado, el desempeño de nuestras marcas propias de cervezas y piscos continua positivo, con alzas en valor en Odissea y Mal Paso.

1.3. EE.UU.

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

¹ En base a los tipos de cambio efectivos para Viña Concha y Toro.

En EE.UU. la venta cayó 14,2% en facturación, llegando a CLP\$30.203 millones. Esto se explica por volúmenes un 8,6% más bajos YoY y por un menor precio promedio/mix en dólares (-3,0%), acompañado por un efecto tipo de cambio negativo.

En cuanto a las marcas, sobresale el crecimiento en ventas de Casillero del Diablo y Trivento Reserve, alineadas con la estrategia definida para este mercado. Por otro lado, marcas masivas no premium, caen en doble dígito.

Si bien se observa una alta oferta de vinos en este mercado, son las marcas de mayor valor las que presentan crecimiento, y por lo mismo se hace tan relevante la estrategia de premiumización que la compañía ha implementado, dado que presentan las mayores oportunidades de crecimiento futuro y de rentabilidad en el largo plazo.

2. Costo de Ventas

El costo de venta alcanzó CLP\$169.714 millones, 1,8% inferior a la cifra del 4Q24, explicado por el menor volumen del periodo, aun considerando que tiene incluido los nuevos costos en 2025, como lo son el nuevo impuesto medioambiental en Reino Unido (EPR) por CLP\$3.901 millones y el pago de aranceles en EE.UU. por CLP\$926 millones.

En términos unitarios, el costo aumentó 2,6% YoY, lo que se explica por la mayor relevancia de las ventas premium y superiores, un mayor costo del vino, un mayor costo de insumos secos, a efectos del excise en Reino Unido, a mayores costos de internación en Brasil y a los nuevos costos antes explicados.

El costo total contiene CLP\$1.093 millones de castigos por obsolescencias de materia prima, producto e inventario, mermas y degradaciones de vino en 4Q25, los cuales se separarán en el Estado de Resultados para mayor entendimiento, que corresponden a costos que no generan flujo, principalmente extraordinarios. En 4Q24 estos castigos ascendieron a CLP\$1.695 millones y corresponden a obsolescencias y mermas de inventario.

La ratio costo de ventas sobre ventas alcanza un 62,7%, 160 pb superior con respecto al 61,1% observado en el 4Q24, reflejando el incremento de los costos por temas arancelarios y nuevos impuestos EPR que se han observado este año, que no se logran contrarrestar con las eficiencias realizadas en estas líneas.

3. Margen Bruto

La ganancia bruta del periodo alcanzó CLP\$100.787 millones, un 8,4% inferior a la ganancia del 4Q24, que totalizó CLP\$110.074 millones. El margen bruto alcanzó 37,3%, 160 pb bajo la cifra del mismo periodo de 2024.

Sin considerar los castigos de vino, la ganancia bruta ajustada alcanzó CLP\$101.880 millones, un 8,8% menor a la ganancia bruta ajustada del 4Q24. El margen bruto ajustado fue de 37,7% (-180 pb).

4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución + gastos de administración) fueron CLP\$70.940 millones en el periodo, 0,2% inferior a la cifra de CLP\$71.109 millones registrada en el 4Q24. La disminución de los GAV se debe principalmente por eficiencias realizadas que generan menor gasto en remuneraciones y menor gasto de marketing, además de un menor efecto de tipo de cambio. La ratio GAV sobre ventas alcanza 26,2%, 110 pb superior a la ratio del 4Q24.

Este monto contiene un castigo por CLP\$851 millones, el cual se separará en el Estado de Resultados, que corresponden, principalmente, a provisiones de obsolescencias y obsolescencias de materia prima. En 4Q24 este castigo suma CLP\$301 millones, por los mismos conceptos. Estos gastos no generan flujos.

5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos fueron de CLP\$3.436 millones en 4Q25, un decrecimiento interanual de 4,3% al compararse con los CLP\$3.589 millones del 4Q24. Hay que considerar que el resultado del 4Q24 contiene CLP\$979 millones por la venta de un inmueble en Chile, por lo que, aislando este efecto, se genera un crecimiento interanual de 31,6% explicado, en su mayoría, por regularizaciones de saldos asociados a proveedores.

Otros gastos sumaron CLP\$9.522 millones este trimestre, un 193,6% superior al mismo periodo del año pasado, el cual fue de CLP\$3.243 millones. Este monto contiene un castigo por CLP\$6.201 millones, el cual se separará en el Estado de Resultados, que corresponden, en gran medida, a gastos que no generan flujo, mayoritariamente extraordinarios y de única vez, derivados de la salida de un contrato de arriendo de viñedos con plantas aún activas en nuestra filial de California, obsolescencias de inventarios e insumos, y castigos de existencias. Los castigos en 4Q24 totalizaron CLP\$535 millones, los cuales se explican principalmente por bajas de activos y arrancas de parras. Este concepto genera gasto hoy, pero una mayor eficiencia en el futuro, en términos de rendimientos por hectárea y menores gastos.

Tanto el castigo de GAV como el castigo de Otros Gastos, se dejarán conjuntamente en una línea separada en el Estado de Resultados, para mayor entendimiento.

6. Resultado Operacional

Si bien las ganancias de actividades operacionales alcanzaron CLP\$23.760 millones, estas contienen write-offs extraordinarios equivalentes a CLP\$8.188 millones, que, al excluirlo, hubiese

alcanzado CLP\$31.948 millones, un 18,7% bajo la cifra del 4Q24. Este ejercicio se realiza para reflejar de mejor manera el resultado real obtenido, despejando los costos y gastos que no generan flujo, en su mayoría extraordinarios, los cuales no se debieran repetir en el tiempo. Así, el margen EBIT ajustado fue de 11,8% (-210 pb).

En el marco del proceso de simplificación del negocio y del plan de eficiencias implementado durante el año, la Compañía decidió registrar mayores castigos en el trimestre asociados principalmente a existencias de productos terminados, insumos y otros activos, tras una revisión detallada de costos y gastos. Estos ajustes forman parte de los write-offs extraordinarios realizados como consecuencia de la racionalización del portfolio y la optimización operativa. Dichos castigos corresponden a efectos contables sin impacto en flujo de caja y no se espera que se repitan en el tiempo.

7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización, incluyendo los castigos que no generan flujo) fue de CLP\$42.891 millones en 4Q25, 15,9% inferior a la cifra del 4Q24 que totalizó CLP\$50.996 millones. El margen EBITDA fue de 15,9% (-210 pb).

8. Resultado No Operacional

En 4Q25 la compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$3.572 millones, un 2,8% superior a la pérdida de CLP\$3.476 millones en 4Q24. Esto se explica, en gran medida, por una diferencia de cambio negativa en el trimestre, que totalizó CLP\$261 millones, la cual se compara con una diferencia de cambio positiva en 4Q24, que alcanzó CLP\$456 millones.

Los ingresos financieros fueron CLP\$846 millones en 4Q25, 21,5% inferior a la cifra de CLP\$1.079 millones registrada en 4Q24. Esto se explica, en su mayoría, por mayores colocaciones de inversiones de corto plazo.

Los gastos financieros cayeron un 16,6% contra el 4Q24, alcanzando CLP\$4.947 millones, lo que viene dado principalmente por menores tasas de interés.

El resultado en la participación de empresas asociadas y negocios conjuntos fue una ganancia de CLP\$658 millones en 4Q25, un 29,0% inferior a la ganancia obtenida en 4Q24, que alcanzó CLP\$926 millones, principalmente por menores aportes de las coligadas Industria Corchera y Almaviva.

9. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de CLP\$5.227 millones, 47,1% bajo la cifra de CLP\$9.874 millones en 4Q24, debido, mayormente, a que la tasa de impuesto efectiva del periodo fue 170 pb inferior a la del 4Q24 y, además, por el menor resultado obtenido.

10. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue CLP\$14.230 millones, una caída de 43,2% respecto a los CLP\$25.072 millones reportados en 4Q24. El margen neto fue 5,3% (-360 pb).

En base a las 739.010.000 acciones suscritas en circulación² al 31 de diciembre de 2025, la ganancia por acción de Viña Concha y Toro totalizó en CLP\$19,3, un 43,2% inferior de los CLP\$33,9 por acción registrados en el mismo trimestre del año anterior, explicado por una caída de la utilidad neta.

² 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

Resultados 2025

1. Venta consolidada

En 2025, la venta consolidada tuvo un incremento de 1,7% hasta CLP\$975.333 millones, impulsada por el crecimiento del segmento Vino, que a pesar de mantener volúmenes similares al 2024, creció en valor un 2,8% YoY, lo que se debe a la mejora en el mix premium y superior en nuestros mercados prioritarios.

Este desempeño se logró gracias al avance continuo de nuestra estrategia de premiumización, que permitió un mejor precio promedio/mix (+2,6% en pesos chilenos), la anticipación a las tendencias de mercado, nuestra red de distribución propia y el gran equipo humano, como se ha mencionado durante el año.

Las categorías Principal e Invest (marcas premium y superiores foco) representaron el 54,0% de las ventas totales de la compañía, un incremento de 140 pb interanual, debido al alza en valor de las categorías Principal (+4,0%) e Invest (+5,2%). Se destaca el desempeño de las marcas Don Melchor (+84,6%), Casillero del Diablo (+3,4%), Diablo (+15,0%) y Trivento Reserve (+2,7%), que en conjunto representan sobre el 40% de las ventas de vino.

En 2025, destacamos el aumento del precio promedio/mix en Chile Vino (+4,8% en CLP\$), en EE.UU. (+4,0% en US\$) y en Mercados de exportación (+1,9% en US\$).

1.1. Mercados de Exportación

La venta de la compañía en los Mercados de Exportación creció 3,6%, llegando a CLP\$682.316 millones. El precio promedio/mix creció un 2,3% en pesos chilenos, lo que se suma al alza de volúmenes en el periodo, de 1,2%.

En Europa la facturación tuvo un alza de 4,2%, como resultado del crecimiento de 1,3% en Reino Unido, 6,1% en Irlanda y 10,6% en los países nórdicos. Particularmente en 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. Sin embargo, gracias a la mejora del mix de venta, este efecto fue compensado por el alza en las categorías premium y superiores.

En Asia, destacó el crecimiento de ventas de 7,2% en China, gracias a la marca Casillero del Diablo. Sin embargo, debido a las caídas en Japón por ajustes de inventario (-22,6%) y en Corea del Sur (-24,4%), las ventas en la región cayeron 15,3% en valor.

En América Latina, las ventas crecieron 8,1% en valor, con volúmenes un 8,7% más altos. Esto se explica, en mayor medida, por el mayor volumen en Brasil (+19,5%) y México (+6,8%), a pesar de la devaluación de monedas vista durante los primeros meses del año.

Canadá tuvo crecimiento en ventas de 1,2% en valor, en mayor medida por el aumento de Casillero del Diablo y sus extensiones de línea, Diablo y Trivento. A raíz de la discusión arancelaria con Estados Unidos, la venta de marcas de la empresa de origen Chile y Argentina se vieron favorecidas.

Con respecto al impacto cambiario, en 2025 el peso chileno se depreció un 1,4% frente a nuestra canasta de monedas de facturación. A nivel de las principales monedas, si bien el peso chileno se depreció respecto del euro (5,6%), de la libra esterlina (3,7%) y del dólar estadounidense (0,1%), se apreció con respecto al peso mexicano (2,5%) y al real brasileño (2,9%)³.

1.2. Chile

En el mercado doméstico chileno, las ventas de vino aumentaron 2,7% en valor, alcanzando CLP\$106.665 millones, reflejo de una gestión comercial enfocada en la rentabilidad y en el fortalecimiento del portfolio premium. La mejora de 10,0% en el mix de las categorías Principal e Invest impulsó un alza de 4,8% en el precio promedio, compensando con creces la contracción de 2,0% en volumen, concentrada en marcas no prioritarias del segmento masivo.

Destacamos los incrementos en valor a tasas de dos dígitos de Don Melchor, Casillero del Diablo y Diablo, así como la incorporación de nuevos lanzamientos como Concha y Toro The Wine, Marques de Casa Concha Gold y Blue y Los Mentirosos.

La categoría Cervezas y Licores decreció 9,2% en volumen y 4,4% en valor, debido, en gran medida, por el desempeño de cervezas importadas como Miller, presente en un segmento que persiste desafiante y con alta competencia. Por otro lado, el desempeño de nuestras marcas propias de cervezas y piscos continua positivo, con alzas en valor en Odissea y Mal Paso.

1.3. EE.UU.

En EE.UU., las ventas en valor totalizaron CLP\$129.288 millones, una caída de 1,2% contra el 2024, que alcanzó CLP\$130.805 millones. Esto se explica por la caída de volúmenes, de 5,4% YoY dado por un menor consumo y ajustes de inventarios. El precio promedio/mix en dólares creció 4,0%, debido al incremento de la categoría Invest.

³ En base a los tipos de cambio efectivos para Viña Concha y Toro.

A nivel de marca, destacan los crecimientos de ventas en valor de Don Melchor y Bonterra y sus extensiones de línea, que van en línea con la estrategia de la compañía para dicho mercado. Por otro lado, las caídas más pronunciadas se concentran en marcas no prioritarias del segmento masivo.

2. Costo de Ventas

El costo de venta alcanzó CLP\$599.159 millones, 2,3% superior a la cifra del 2024, considerando que tiene incluido los nuevos costos en 2025, como lo son el nuevo impuesto medioambiental en Reino Unido (EPR) por CLP\$9.119 millones y el pago de aranceles en EE.UU. por CLP\$2.625 millones. Este resultado también es explicado por la mayor relevancia de las ventas premium y superiores, un mayor costo del vino, mayor costo de insumos secos, efectos del excise en Reino Unido y mayores costos de internación en Brasil.

Este monto contiene CLP\$3.137 millones de castigos, principalmente dados por obsolescencias de materia prima y producto terminado, degradaciones de vino y mermas, los cuales se separarán en el Estado de Resultados, que corresponden a costos que no generan flujo, principalmente extraordinarios. En 2024 este monto alcanzó CLP\$4.400 millones de castigos, correspondientes a degradaciones de vino y mermas.

La ratio costo de ventas sobre ventas alcanza un 61,4%, 30 pb sobre lo observado al 2024, reflejando los aumentos de costos antes mencionados, que no logran ser contrarrestados por las eficiencias realizadas.

3. Margen Bruto

La ganancia bruta totalizó en CLP\$376.174 millones, un incremento de 0,9% con respecto al 2024. El margen bruto alcanzó 38,6% (-30 pb), incluyendo los castigos de vino antes mencionados. Sin considerar estos castigos, el margen bruto ajustado hubiese alcanzado 38,9% (-40pb).

4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución + gastos de administración) fueron CLP\$262.592 millones en el periodo, 3,6% superior a la cifra de CLP\$253.435 millones registrada en 2024. El aumento de los GAV se debe principalmente a mayores gastos de venta y logística, seguros y contribuciones, y a efectos de tipo de cambio. La ratio GAV sobre ventas alcanzó 26,9% (+50 pb).

Este monto contiene un castigo por CLP\$1.817 millones, el cual se separará en el Estado de Resultados, que corresponden, principalmente, a provisiones de obsolescencias y obsolescencias de materia prima. En 2024 este castigo suma CLP\$451 millones, por los mismos conceptos. Estos gastos no generan flujos.

5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos y gastos registraron un gasto neto de CLP\$10.061 millones en 2025, que se compara con un ingreso neto de CLP\$461 millones en 2024. Este gasto neto tiene incluido castigos por CLP\$8.180 millones en 2025, que se comparan con CLP\$1.428 millones en 2024, los cuales se separarán en el Estado de Resultados, que corresponden a gastos que no generan flujo, principalmente extraordinarios y de única vez. En 2025 estos gastos corresponden, en gran parte, a la venta de un terreno en Chile, el cual se vendió a un menor valor que el que se tenía en la contabilidad, por arrancas de parras realizadas en los tres países productivos, por la salida de un contrato de arriendo de viñedos en California y por obsolescencia de materiales y productos y castigos de existencias. Estos conceptos generan gasto hoy, pero una mayor eficiencia en el futuro. En 2024 estos gastos corresponden a arrancas de parras realizadas en los tres países productivos y bajas de activos.

Aislado estos write-offs, el monto alcanzó un gasto neto de CLP\$1.881 millones en 2025 que se compara con el ingreso neto de CLP\$1.889 millones en 2024, debido a que durante 2024 hubo ingresos por la venta de terrenos y bienes prescindibles, indemnización por siniestro y regularizaciones por saldos asociados a proveedores.

Tanto los castigos de GAV como los castigos de Otros Gastos, se dejarán conjuntamente en una línea separada en el Estado de Resultados, para mayor entendimiento.

6. Resultado Operacional

Si bien las ganancias de actividades operacionales alcanzaron CLP\$103.522 millones, estas contienen un write-off extraordinario equivalente a CLP\$8.188 millones que, al excluirlo, el Resultado Operacional hubiese alcanzado CLP\$111.710 millones, un 6,7% inferior a la cifra de 2024. Así, el margen EBIT ajustado fue de 11,5% (-100 pb).

Estos CLP\$8.188 millones de castigos extraordinarios forman parte del total de castigos, que totalizaron en CLP\$13.134 millones en 2025, y corresponden a castigos extraordinarios en comparación con 2024, explicados mayoritariamente por obsolescencias de inventarios, salidas de contratos de arriendos en Chile y EE.UU., y degradaciones de vino, realizados en el marco del proceso de simplificación del negocio y del plan de eficiencias implementado durante el año. Dichos castigos corresponden a efectos contables sin impacto en flujo de caja y no se espera que se repitan en el tiempo.

7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización, incluyendo los castigos que no generan flujo) fue de CLP\$152.760 millones en 2025, un 3,1% bajo la cifra del 2024. El margen EBITDA fue de 15,7% (-70pb).

8. Resultado No Operacional

En 2025 la compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$12.843 millones, un 8,9% inferior a la pérdida de CLP\$14.098 millones en 2024. Esto se explica, en gran medida, por un menor gasto financiero neto en el periodo.

Los ingresos financieros fueron CLP\$4.077 millones en 2025, 14,4% superior a la cifra de CLP\$3.565 millones registrada en 2024. Esto se explica, en su mayoría, por mayores colocaciones de inversiones de corto plazo.

Los gastos financieros cayeron un 11,0% contra el 2024, alcanzando CLP\$20.997 millones, lo que viene dado principalmente por una menor deuda promedio en el periodo y por menores tasas de interés.

Al 31 de diciembre de 2025, la deuda financiera neta sin intereses totalizó en CLP\$345.833 millones, 2,7% bajo la cifra del 31 de diciembre de 2024, reflejando el esfuerzo continuo realizado por la compañía para optimizar sus niveles de deuda, a pesar del escenario desafiante y el contexto industria.

El resultado en la participación de empresas asociadas y negocios conjuntos fue CLP\$3.328 millones en 2025, que se compara con CLP\$3.624 millones obtenidos en 2024, explicado por un menor aporte de Almaviva e Industria Corchera.

La utilidad por diferencia de cambio fue de CLP\$168 millones, un 91,5% inferior a la cifra del mismo periodo del 2024, que alcanzó CLP\$1.990 millones.

9. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de CLP\$22.327 millones, 17,1% inferior a la cifra de CLP\$26.916 millones en 2024, con tasas de impuestos efectivas del periodo similares.

10. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue CLP\$67.220 millones, una caída de 13,2% respecto a los CLP\$77.420 millones reportados en 2024. El margen neto fue 6,9% (-120 pb).

En base a las 739.010.000 acciones suscritas en circulación⁴ al 31 de diciembre de 2025, la ganancia por acción de Viña Concha y Toro totalizó en CLP\$91,0, un 13,2% bajo los CLP\$104,8 por acción registrados en el mismo periodo del año anterior, explicado por el decrecimiento de la utilidad neta.

⁴ 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 05

Estado de Resultados

(miles de CLP\$)	4Q25	4Q24	Var (%)	2025	2024	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	270.500.441	282.912.367	(4,4%)	975.332.952	958.629.954	1,7%
Costo de ventas	(168.620.435)	(171.143.408)	(1,5%)	(596.021.279)	(581.538.122)	2,5%
Castigos vino (Write-off)	(1.093.071)	(1.695.071)	(35,5%)	(3.137.320)	(4.400.221)	(28,7%)
Ganancia bruta	100.786.935	110.073.888	(8,4%)	376.174.353	372.691.611	0,9%
Margen bruto	37,3%	38,9%	(160 bp)	38,6%	38,9%	(30 bp)
Otros ingresos	3.435.561	3.589.190	(4,3%)	4.418.786	5.960.311	(25,9%)
Costos de distribución	(57.840.452)	(59.172.567)	(2,3%)	(210.634.010)	(203.275.462)	3,6%
Gastos de administración	(12.248.090)	(11.635.150)	5,3%	(50.140.812)	(49.707.763)	0,9%
Otros gastos, por función	(3.321.222)	(2.707.283)	22,7%	(6.299.747)	(4.071.181)	54,7%
Castigos (Write off)	(7.052.350)	(836.674)	742,9%	(9.996.700)	(1.879.827)	431,8%
Ganancias de actividades operacionales	23.760.381	39.311.407	(39,6%)	103.521.870	119.717.689	(13,5%)
Margen operacional	8,8%	13,9%	(510 bp)	10,6%	12,5%	(190 bp)
Ingresos financieros	846.259	1.078.600	(21,5%)	4.077.462	3.565.096	14,4%
Gastos financieros	(4.947.097)	(5.928.983)	(16,6%)	(20.997.433)	(23.583.343)	(11,0%)
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	657.812	926.423	(29,0%)	3.328.438	3.624.109	(8,2%)
Diferencias de cambio	(260.553)	455.598	(157,2%)	168.430	1.989.847	(91,5%)
Resultados por unidades de reajuste	131.568	(7.289)	(1905,0%)	579.952	306.692	89,1%
Resultado no operacional	(3.572.012)	(3.475.651)	2,8%	(12.843.151)	(14.097.599)	(8,9%)
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	20.188.370	35.835.756	(43,7%)	90.678.719	105.620.090	(14,1%)
Gasto por impuestos a las ganancias	(5.227.337)	(9.874.087)	(47,1%)	(22.326.839)	(26.916.059)	(17,1%)
Ganancia (pérdida)	14.961.033	25.961.669	(42,4%)	68.351.880	78.704.031	(13,2%)
(Ganancia) pérdida, atribuible a participaciones no controladoras	730.890	889.827	(17,9%)	1.131.560	1.283.967	(11,9%)
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	14.230.143	25.071.842	(43,2%)	67.220.320	77.420.064	(13,2%)
Margen neto	5,3%	8,9%	(360 bp)	6,9%	8,1%	(120 bp)
Ganancia (pérdida) por acción *	19,3	33,9	(43,2%)	91,0	104,8	(13,2%)
Gastos por depreciación	9.518.056	8.282.515	14,9%	32.154.408	28.487.552	12,9%
Gastos por amortización	1.466.766	870.563	68,5%	3.950.198	3.169.897	24,6%
EBITDA **	42.890.625	50.996.229	(15,9%)	152.760.496	157.655.186	(3,1%)
Margen EBITDA**	15,9%	18,0%	(210 bp)	15,7%	16,4%	(70 bp)

* Número de acciones suscritas en 4Q24 y 4Q25 es de 739.010.000.

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

CAPÍTULO 06

Estado de Situación Financiera⁵

(miles de CLP\$)	Dic. 31, 2025	Dic. 31, 2024	Var (%)
Activos			
Efectivo y equivalentes al efectivo	57.270.659	45.500.034	25,9%
Inventarios corrientes	403.966.665	436.592.246	(7,5%)
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	302.890.197	289.699.400	4,6%
Activos biológicos corrientes	33.217.649	34.592.448	(4,0%)
Otros activos corrientes	47.144.688	43.191.614	9,2%
Activos corrientes totales	844.489.858	849.575.742	(0,6%)
Propiedades, planta y equipo	543.138.741	528.080.857	2,9%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	37.582.684	38.123.086	(1,4%)
Otros activos no corrientes	311.945.221	302.989.385	3,0%
Total de activos no corrientes	892.666.646	869.193.328	2,7%
Total Activos	1.737.156.504	1.718.769.070	1,1%
Pasivos			
Otros pasivos financieros corrientes	172.514.408	205.652.904	(16,1%)
Otros pasivos corrientes	289.838.645	299.889.233	(3,4%)
Pasivos corrientes totales	462.353.053	505.542.137	(8,5%)
Otros pasivos financieros no corrientes	312.256.681	287.740.320	8,5%
Otros pasivos no corrientes	96.472.004	100.594.305	(4,1%)
Total de pasivos no corrientes	408.728.685	388.334.625	5,3%
Total Pasivos	871.081.738	893.876.762	(2,6%)
Patrimonio			
Capital emitido	74.030.880	74.030.880	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	784.351.956	745.080.747	5,3%
Acciones propias	0	0	
Otras reservas	(52.620)	(1.439.681)	(96,3%)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	858.330.216	817.671.946	5,0%
Participaciones no controladoras	7.744.550	7.220.362	7,3%
Total Patrimonio	866.074.766	824.892.308	5,0%
Total Patrimonio y Pasivos	1.737.156.504	1.718.769.070	1,1%

⁵ Para facilitar su análisis, algunas cuentas contables han sido agrupadas.

Estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2025

1. Activos

Al 31 de diciembre de 2025, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron en CLP\$1.737.157 millones, un 1,1% superior a la cifra reportada al 31 de diciembre de 2024.

2. Pasivos

Al 31 de diciembre de 2025, la deuda financiera neta con derivados relacionados totalizó en CLP\$345.833 millones, 2,7% bajo la cifra al 31 de diciembre de 2024. La ratio DFN/EBITDA fue 2,36x.

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.