

10
26

Results
Presentation

VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —

Índice

01

Summary

Oswaldo Solar – CFO

02

Análisis de Ventas 1Q26

Daniela Lama – Head of IR

03

Resultados 1Q26

Oswaldo Solar – CFO

01

Summary

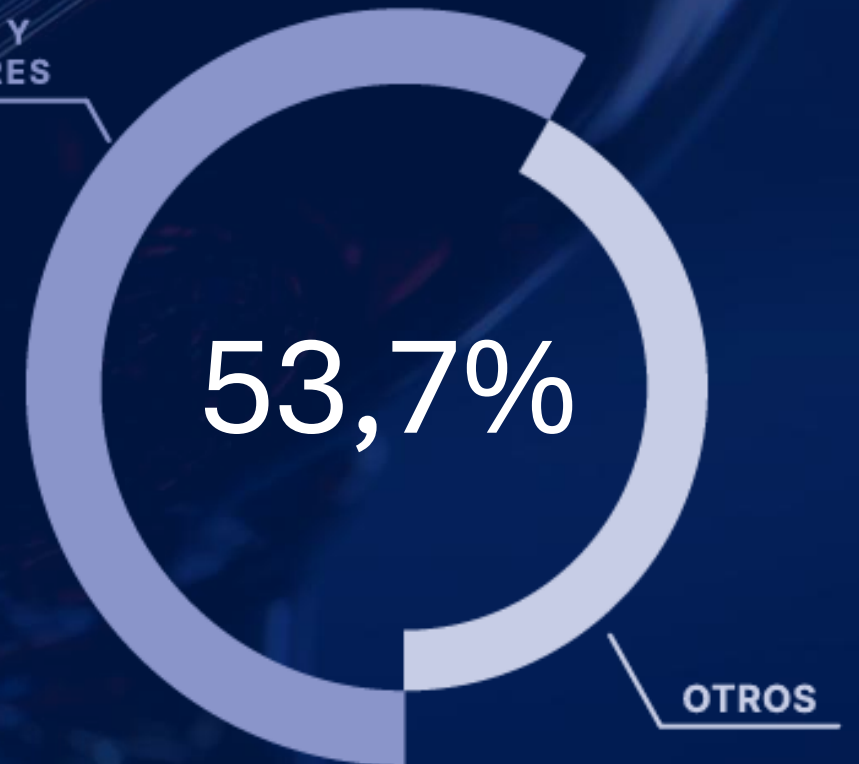
Oswaldo Solar – CFO



Viña Concha y Toro entregó un trimestre de ejecución disciplinada, con foco en rentabilidad y valor.

La compañía avanzó con decisión en la premiumización y racionalización del portafolio, *alcanzando un 53,7% en el mix de vinos Premium y Superiores*, mejoras del precio en moneda local, y mayores eficiencias en costos y gastos.

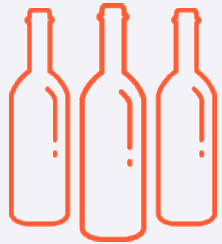
PREMIUM Y
SUPERIORES



OTROS

Summary 1Q26 vs 1Q25

VENTA VINO



(7,9%)

hasta **CLP\$ 178.000 MM**
(-7,8% venta consolidada)

PREMIUMIZACIÓN



58,1%

Mix Portfolio P+I Solo Vino
+160 pb

(**53,7%** Mix Portfolio P+I Consolidado
+140 pb)

MARGEN BRUTO

38,8%

(+20 pb)

La Ganancia Bruta alcanzó
CLP\$ 74.730 MM (-7,3%)

MARGEN EBITDA

12,3%

(-240 pb)

El EBITDA alcanzó
CLP\$ 23.758 MM (-22,9%)

MARGEN NETO

4,6%

(-200 pb)

El Ingreso Neto alcanzó
CLP\$ 8.779 MM (-36,3%)

02

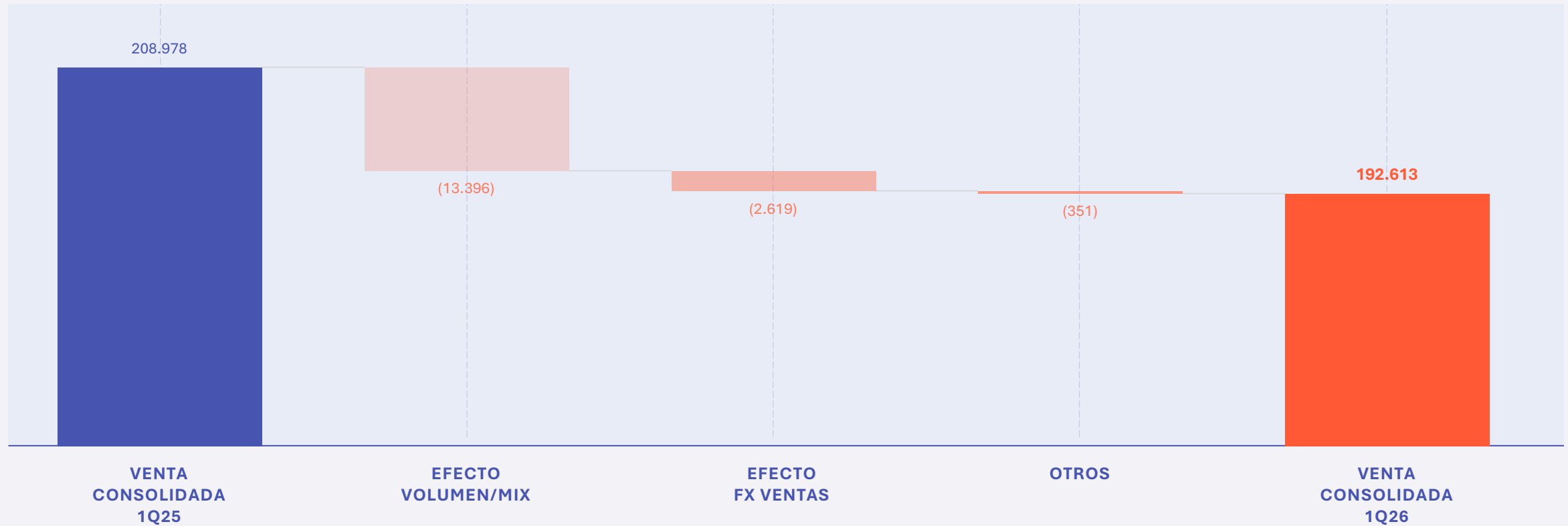
Análisis de Ventas 1Q26

Daniela Lama – Head of IR

Caída de 7,8% en la Venta Consolidada vs 1Q25

EXPLICADA POR EFECTO VOLUMEN/MIX Y TIPO DE CAMBIO (FX)

(MILLONES DE CLP\$)



Ventas en Volumen – Solo Vino

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILES DE C9L)



(6,8%)

VAR vs 1Q25

CONCLUSIONES AL 1Q26:

- +0,2% en segmentos Premium y Superiores
- -11,1% en segmentos Varietales e Inferiores

Ventas en Volumen – Categoría Premium y Superior

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILES DE C9L)



+0,2%
VAR vs 1Q25

Ventas en Valor – Solo Vino

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



(7,9%)
VAR vs 1Q25

CONCLUSIONES AL 1Q26:

- -5,1% en segmentos Premium y Superiores
- -11,6% en segmentos Varietales e Inferiores

Ventas en Valor – Categoría Premium y Superior

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



(5,1%)
VAR vs 1Q25

Desempeño trimestral por Región

SOLO VINO

VAR % VALOR	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
EUROPA	(0,3%)	8,1%	10,9%	(1,1%)	(2,1%)
AMÉRICA (EX-EE.UU.)	(4,1%)	5,9%	20,4%	5,5%	4,8%
EE.UU.	8,7%	(8,8%)	14,3%	(14,2%)	(32,2%)
CHILE	3,8%	4,5%	2,5%	0,3%	(1,5%)
ASIA, ÁFRICA, OTROS	(0,7%)	3,3%	(13,4%)	(13,5%)	(24,0%)

COMENTARIOS AL 1Q26:

- Brasil y México con crecimientos en ventas en valor y volumen.
- De los veinte principales mercados en ventas de vino, 6 crecieron a tasas superiores al 10%, 5 a tasas entre el 0% y el 10% y 9 decrecieron, siendo los más relevantes EE.UU., UK, Japón y Países Bajos.

LOS 5 PAÍSES PRINCIPALES
REPRESENTAN EL

75,1%

DE LAS VENTAS DE VINO
AL 1Q26

Desempeño trimestral Principales Agrupaciones de Marcas

SOLO VINO

VAR % VOLUMEN	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
UNIVERSO CASILLERO DEL DIABLO (*)	7,8%	2,2%	6,7%	(0,9%)	0,2%
TRIVENTO (**)	3,1%	(5,2%)	2,1%	(2,3%)	(1,9%)
BONTERRA (**)	21,4%	10,0%	3,0%	(19,5%)	(9,8%)
CONO SUR (***)	(19,6%)	5,4%	0,1%	0,5%	(2,7%)
FRONTERA	(13,2%)	(3,8%)	(4,2%)	(2,9%)	(25,5%)
RESERVADO	19,9%	8,8%	16,9%	11,0%	1,4%

COMENTARIOS AL 1Q26:

- Caída de Frontera se debe, en su mayoría, por menores ventas en EE.UU..

(*): Se toman las marcas Casillero del Diablo + extensiones de línea + Diablo.

(**): Para Trivento y Bonterra se toman también sus extensiones de línea.

(***): Para Cono Sur se toma todo el origen Cono Sur.

LAS GRANDES MARCAS
REPRESENTAN EL

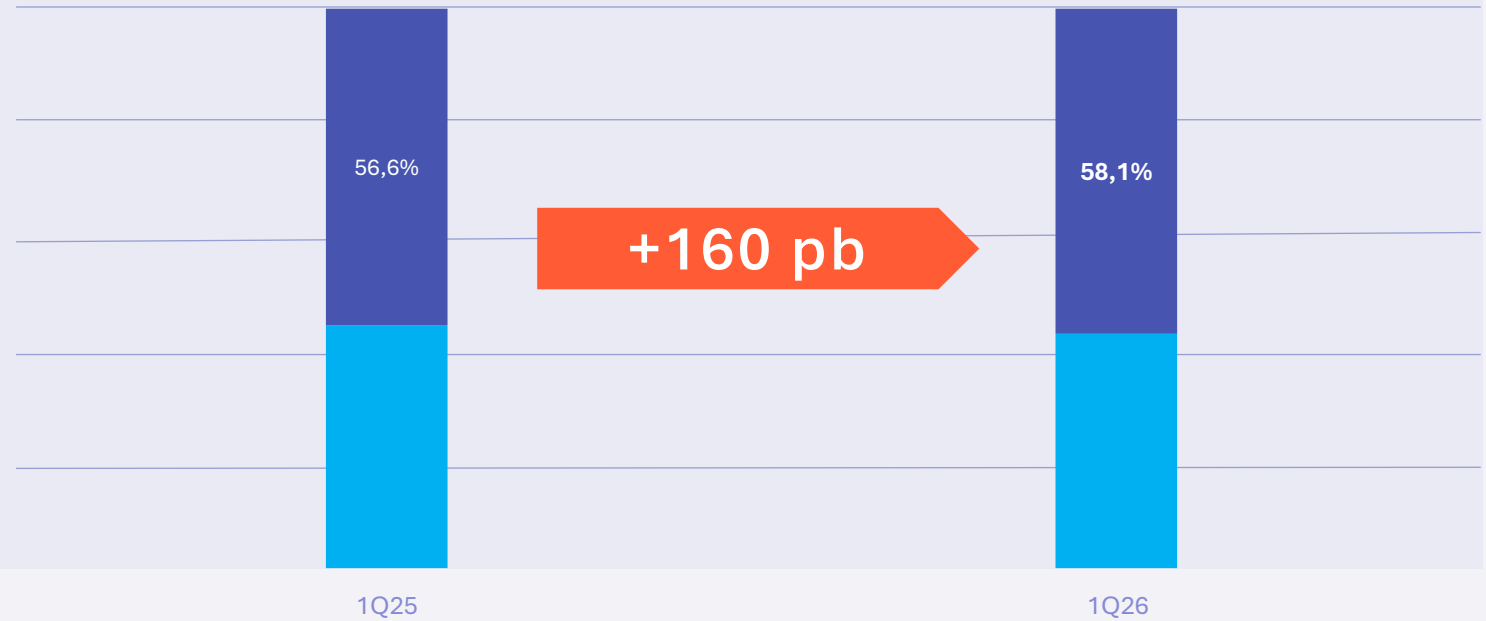
72,6%

DEL VOLUMEN DE VINO
AL 1Q26

Mix Premium 1Q26

SOLO VINO

+160 pb en mix principal + invest
(solo vino)



● PRINCIPAL + INVEST

● OTROS

03

Resultados 1Q26

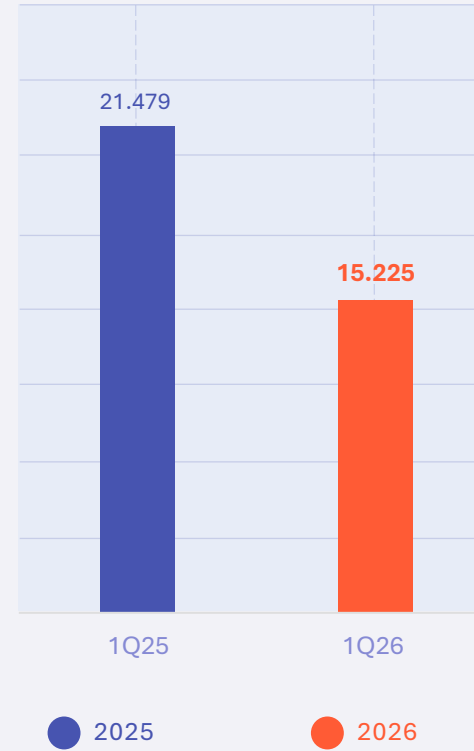
Oswaldo Solar – CFO



Resultado Operacional (EBIT)

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)

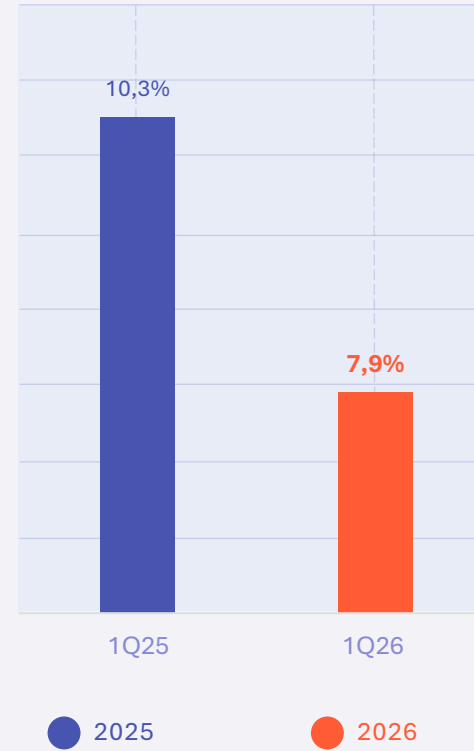


(29,1%)

VAR vs 1Q25

Margen Operacional (Margen EBIT)

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL



(240 pb)

VAR vs 1Q25

EBITDA

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



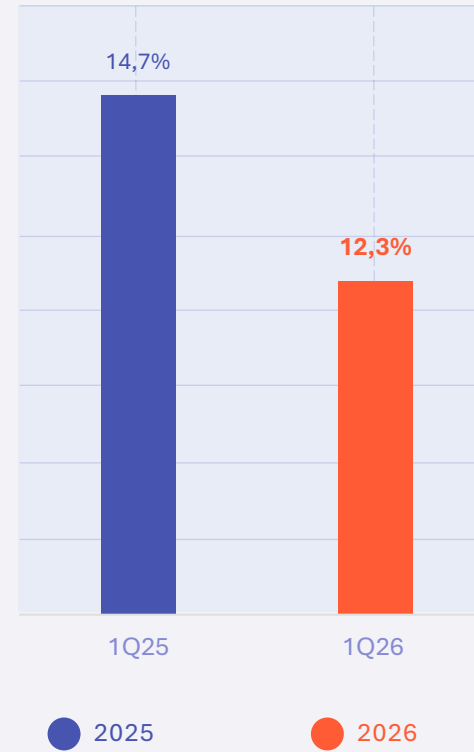
(22,9%)

VAR vs 1Q25

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

Margen EBITDA

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

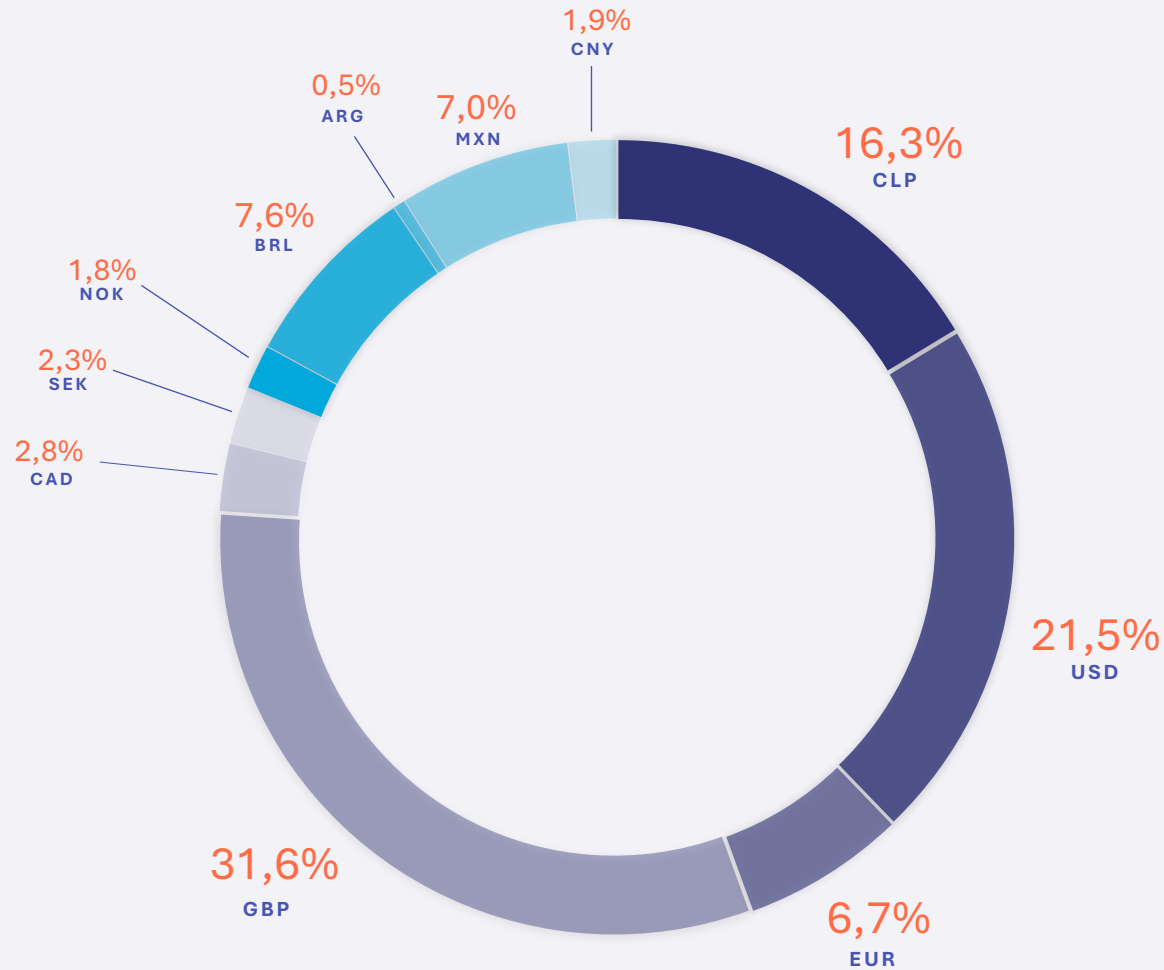


(240 pb)

VAR vs 1Q25

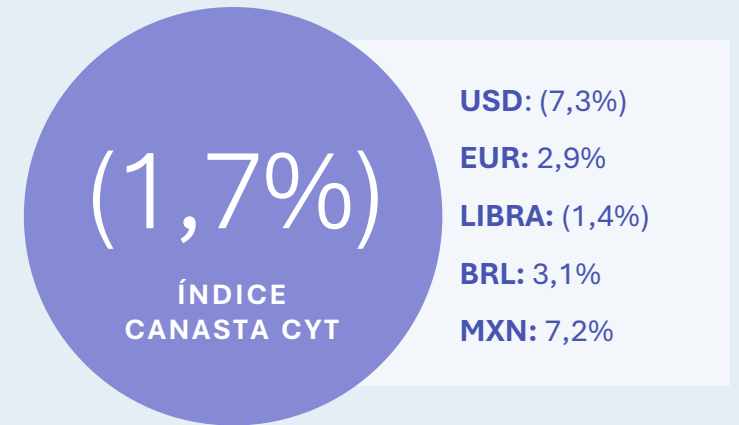
Diversificación de monedas

1Q26



VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO

1Q26 vs 1Q25



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

Gracias a la diversificación de monedas la facturación disminuye 1,7% v/s moneda única USD (-7,9%):

Efecto **CLP\$9.701 MM** en los ingresos netos.
(Canasta monedas CLP\$-2.751MM vs Moneda única USD\$ -12.452 MM)

Resultado No Operacional

AL 1Q26

(MILLONES DE CLP\$)	1Q26	1Q25	VAR (\$)	VAR (%)
GASTO FINANCIERO NETO (*)	(3.864)	(3.775)	(89)	2,4%
DIFERENCIAS DE CAMBIO	488	(135)	623	(460,4%)
RESULTADO NO OPERACIONAL (**)	(3.376)	(3.910)	534	(13,6%)
EMPRESAS COLIGADAS	(104)	(420)	316	(75,2%)

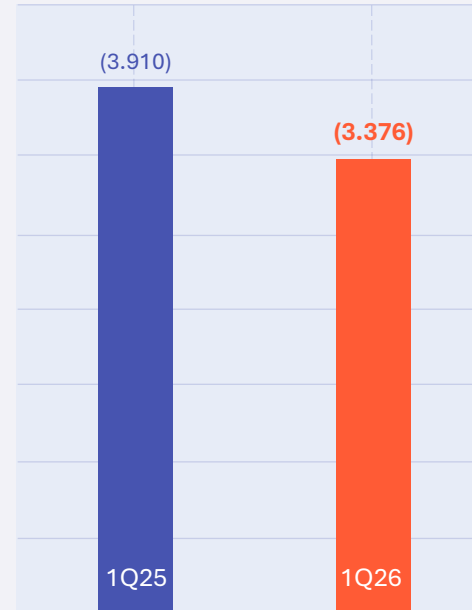
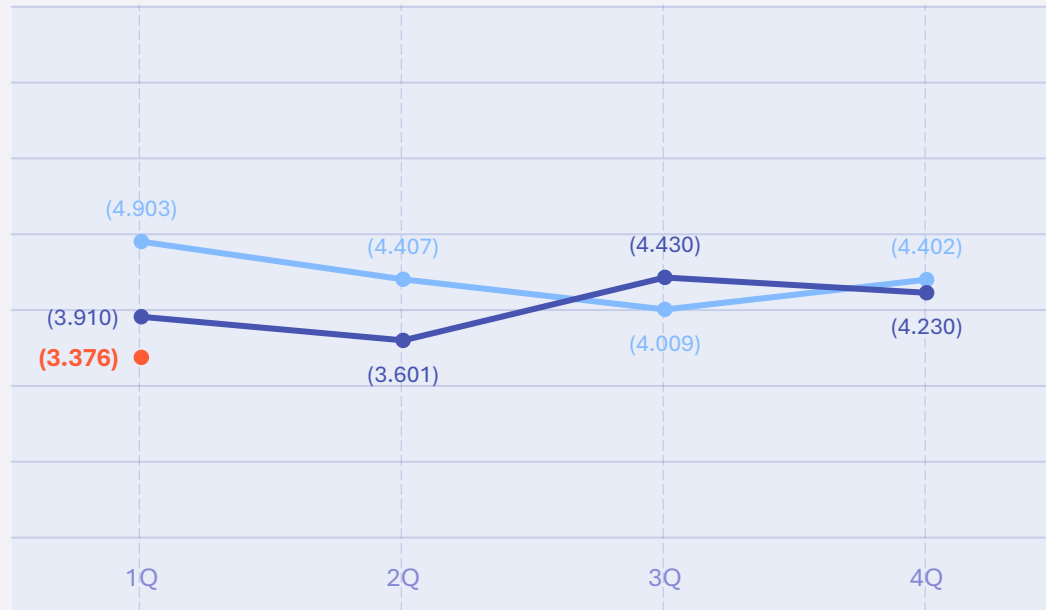
(*) Gasto Financiero Neto = Ingresos Financieros, Costos Financieros y Resultados por unidades de reajuste.

(**) No considera resultados de empresas coligadas.

Resultado No Operacional**

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

(MILLONES DE CLP\$)



● 2024

● 2025

● 2026

(13,6%)

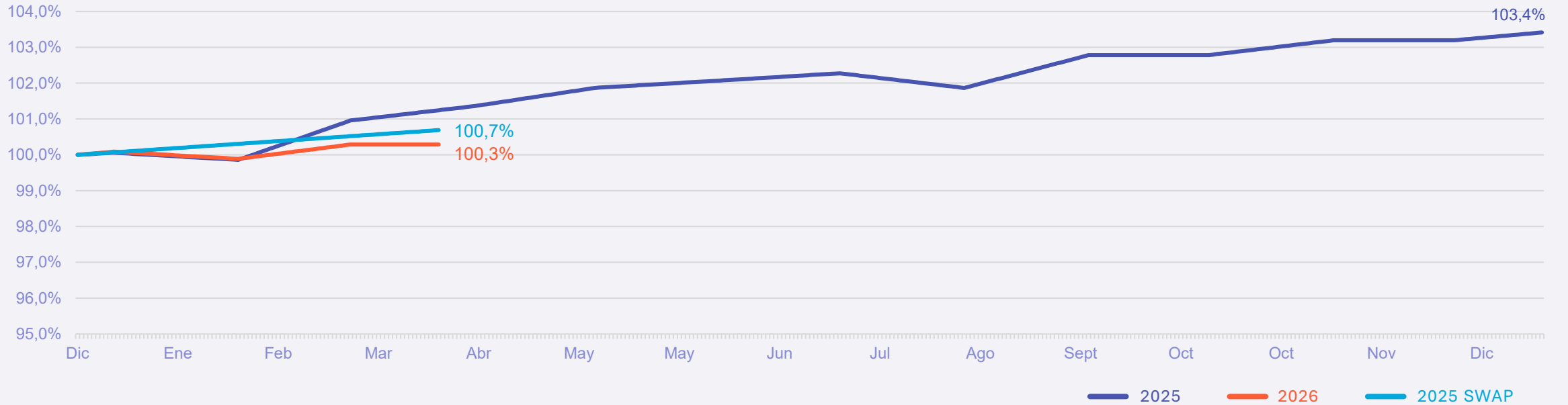
VAR vs 1Q25

(**) No considera resultados de empresas coligadas.

Positivas perspectivas para el

RESULTADO NO OPERACIONAL

Inflación Acumulada 2026 v/s 2025



BENEFICIOS:

Inflación fijada 1Q26:
2,82% anualizada vs 1,17% real

Pérdida reconocida:
CLP\$ 855 MM

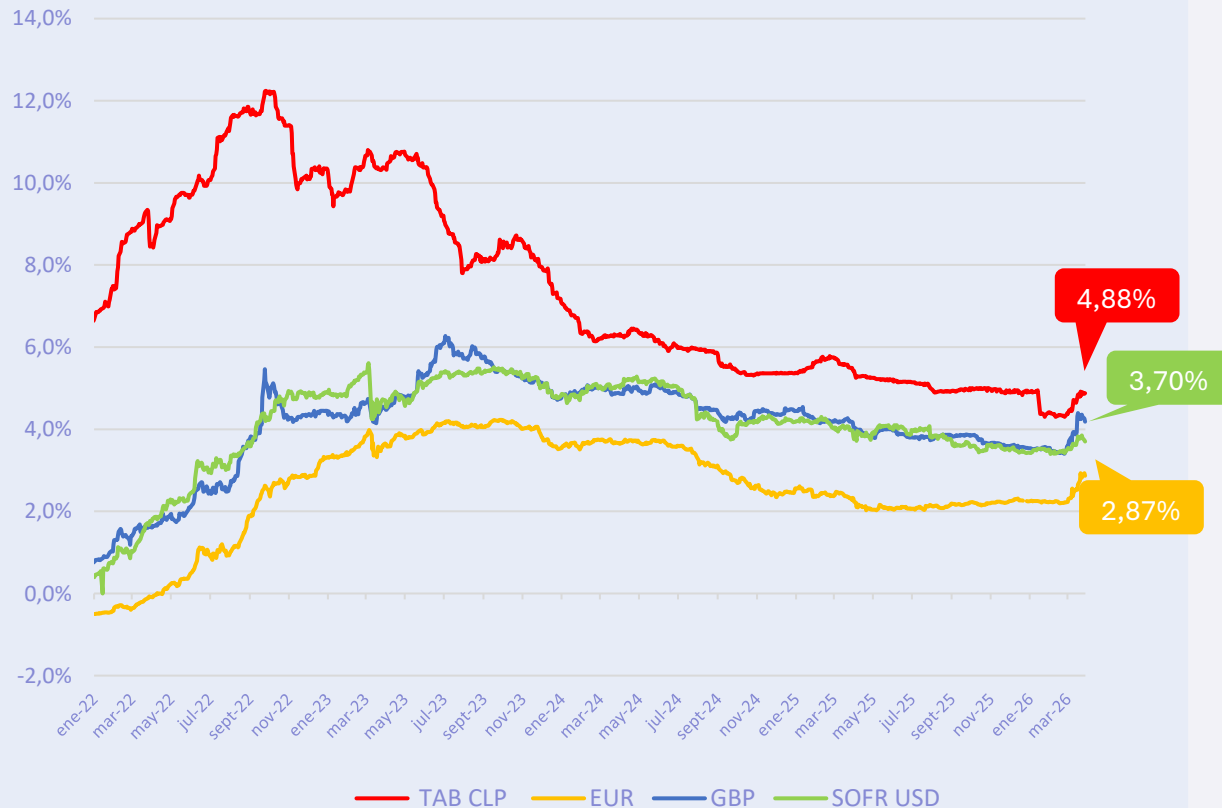
PRÓXIMOS MESES:

- A marzo, 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 **4,78%**)

Positivas perspectivas para el

RESULTADO NO OPERACIONAL

01. TASA DE INTERÉS BASE DE CORTO PLAZO



02. MONTO DEUDA

Disminución de **CLP\$ 12.599 MM** de la Deuda Financiera Neta (marzo 2026 vs diciembre 2025).

03. TIPO DE CAMBIO

Hedge de pasivos con activos de la compañía.

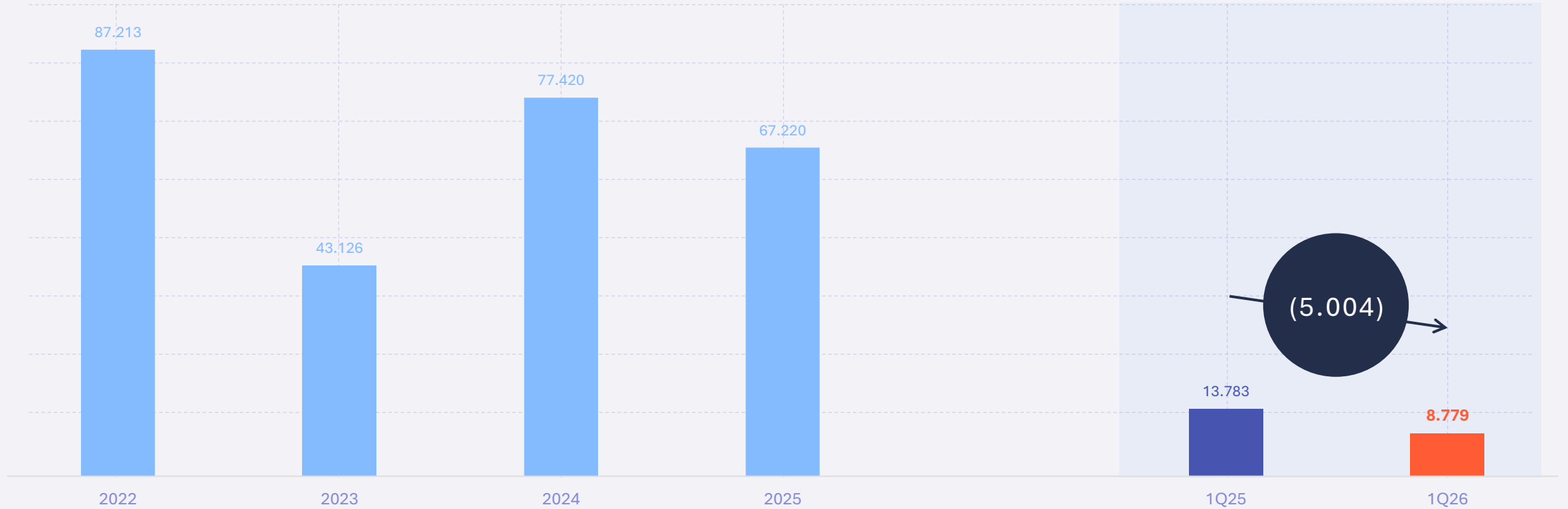
Deuda Financiera Neta

DE LA COMPAÑÍA (MILLONES DE CLP\$)



Utilidad Neta

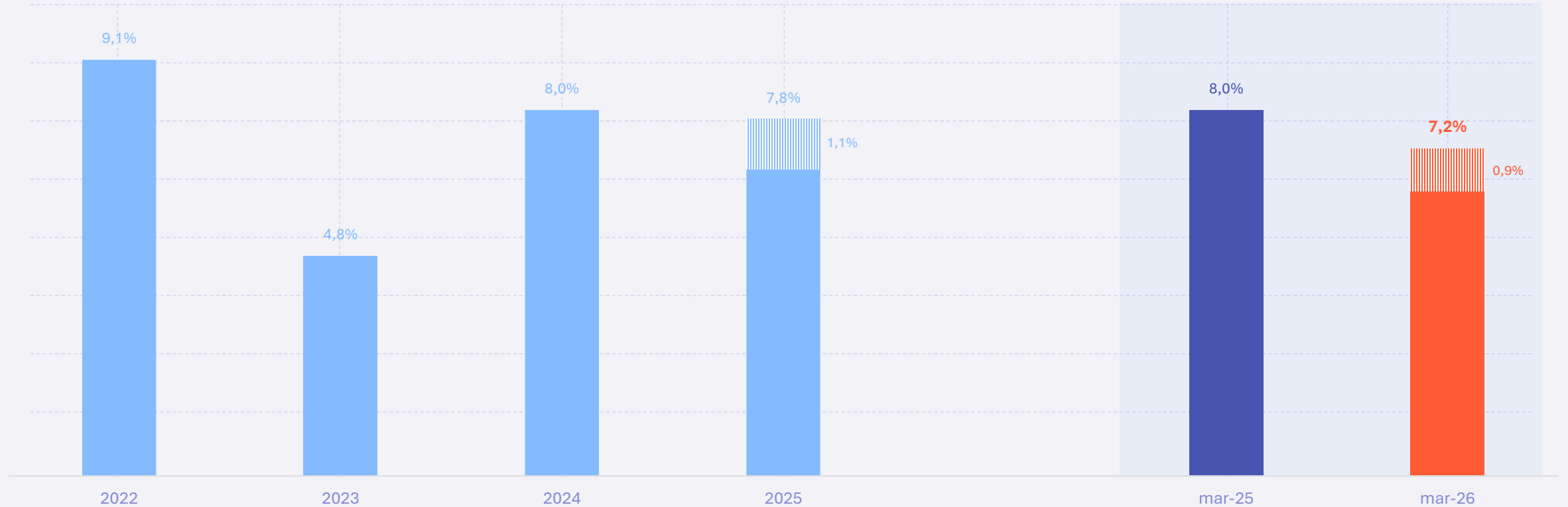
DE LA COMPAÑÍA (MILLONES DE CLP\$)



Los CLP\$ 67.220 MM del año 2025 incluyen castigos extraordinarios por **CLP\$ 8.188 MM**.

Retorno sobre el capital invertido

ROIC (%)



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

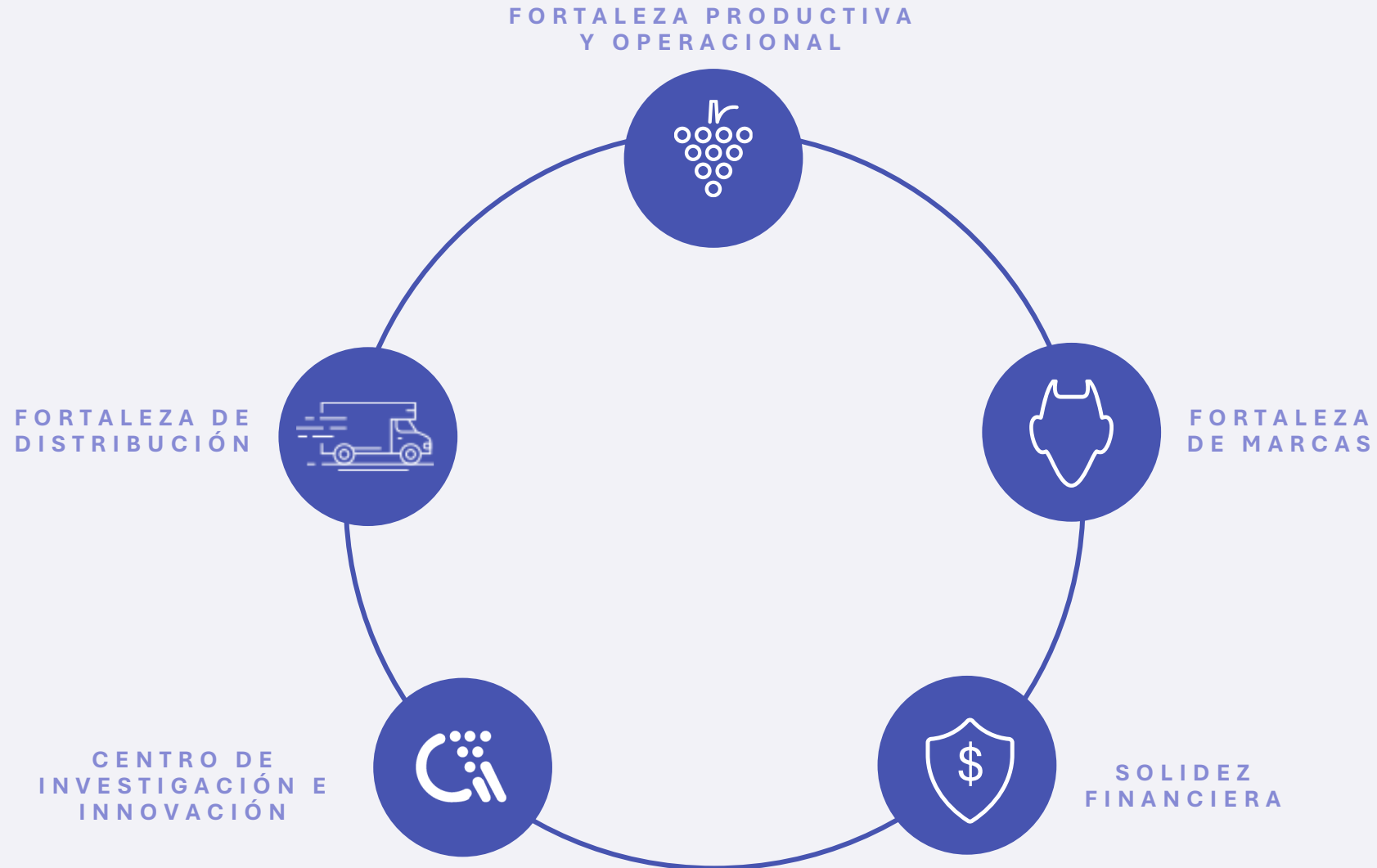
(*) Cuentas de Resultados corresponde a los 12 meses móviles.

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

**2025* +1,1%: SIN EFECTO
WRITE-OFFS EXTRAORDINARIOS**

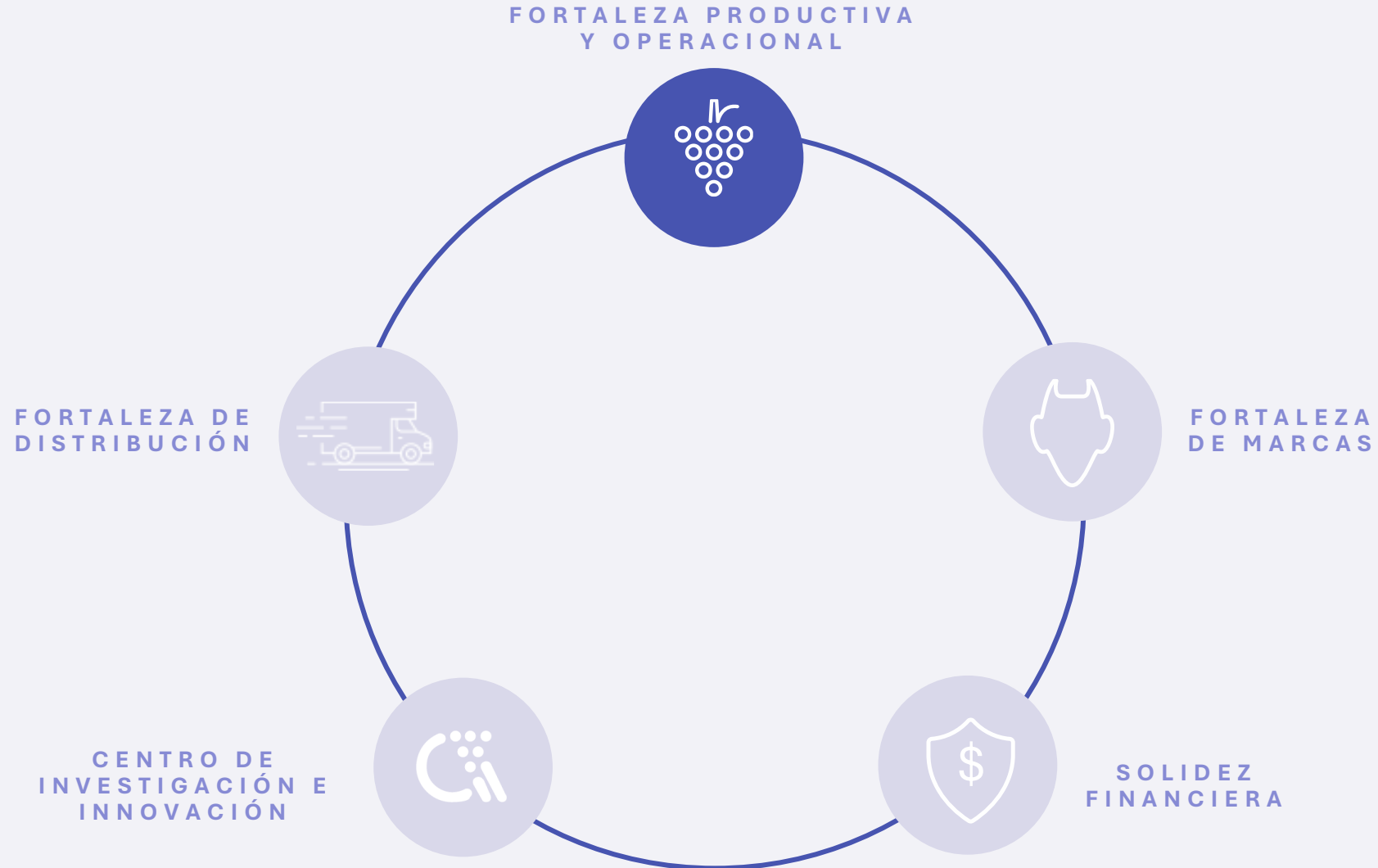
Fundamentos del Crecimiento

MODELO DE NEGOCIO



Fundamentos del Crecimiento

MODELO DE NEGOCIO



Fundamentos del Crecimiento

FORTALEZA PRODUCTIVA Y OPERACIONAL

10.655
CHILE

1.520
ARGENTINA

266
EE.UU.

+12.000
TOTAL DE HA
PLANTADAS



Fundamentos del Crecimiento

FORTALEZA PRODUCTIVA Y OPERACIONAL

AHORROS AL 2027



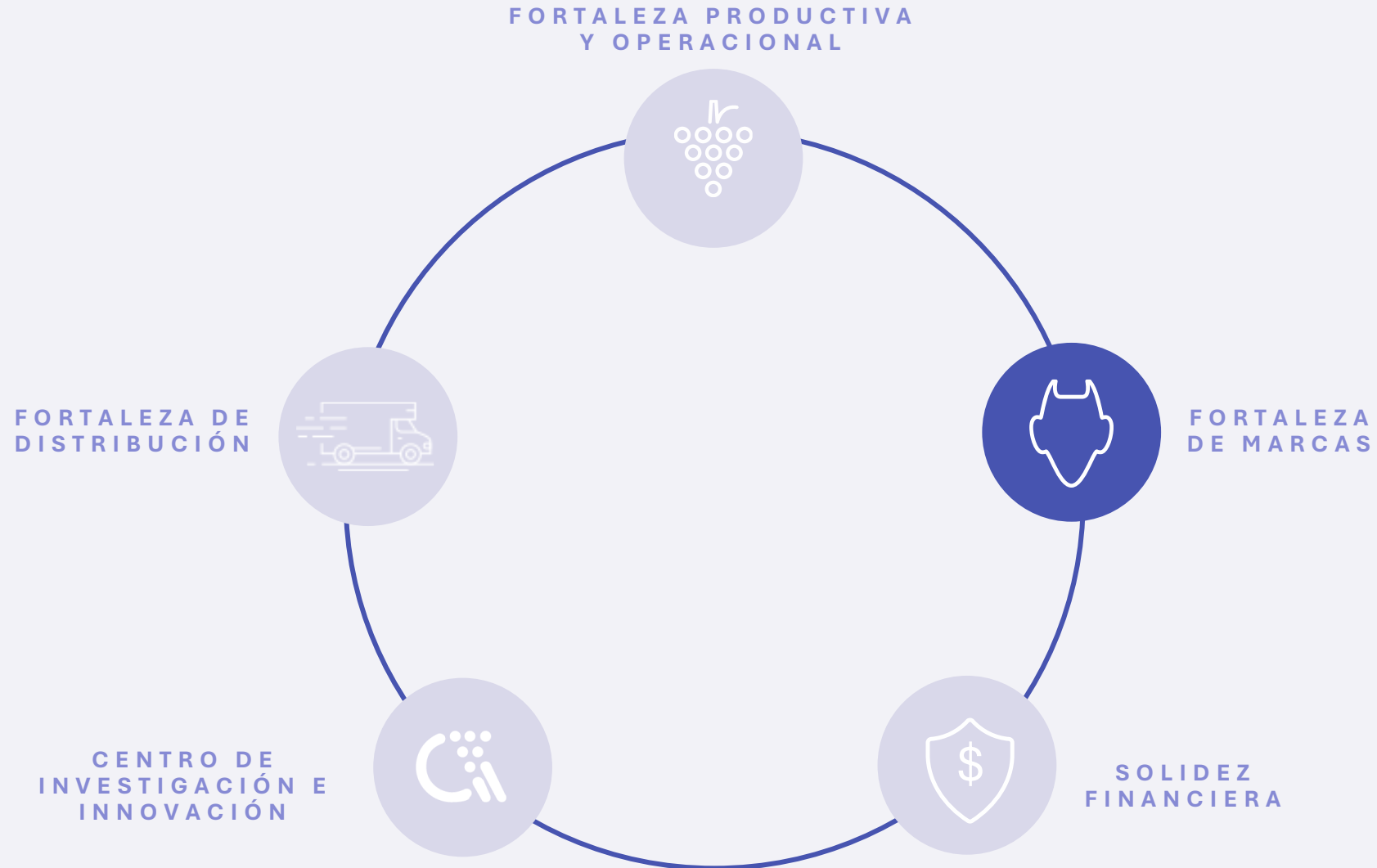
\$ **CLP \$ 5.000 MM**
VCT Chile

\$ **CLP \$ 7.000 MM**
Cono Sur

\$ **CLP \$ 16.000 MM**
Concha y Toro

Fundamentos del Crecimiento

MODELO DE NEGOCIO



Fundamentos del Crecimiento

FORTALEZA DE MARCAS



UNIVERSO CdD

La segunda marca de vino más poderosa del mundo. (2018-2024)

TRIVENTO

La marca argentina más vendida en el mundo.



N.1 WINE SPECTATOR

Don Melchor, el vino No.1 del mundo según Wine Spectator, añada 2021.

BONTERRA

Bonterra es la marca de vinos orgánicos más vendida en EE.UU.



Fundamentos del Crecimiento

FORTALEZA DE MARCAS – INNOVACIONES Y LANZAMIENTOS



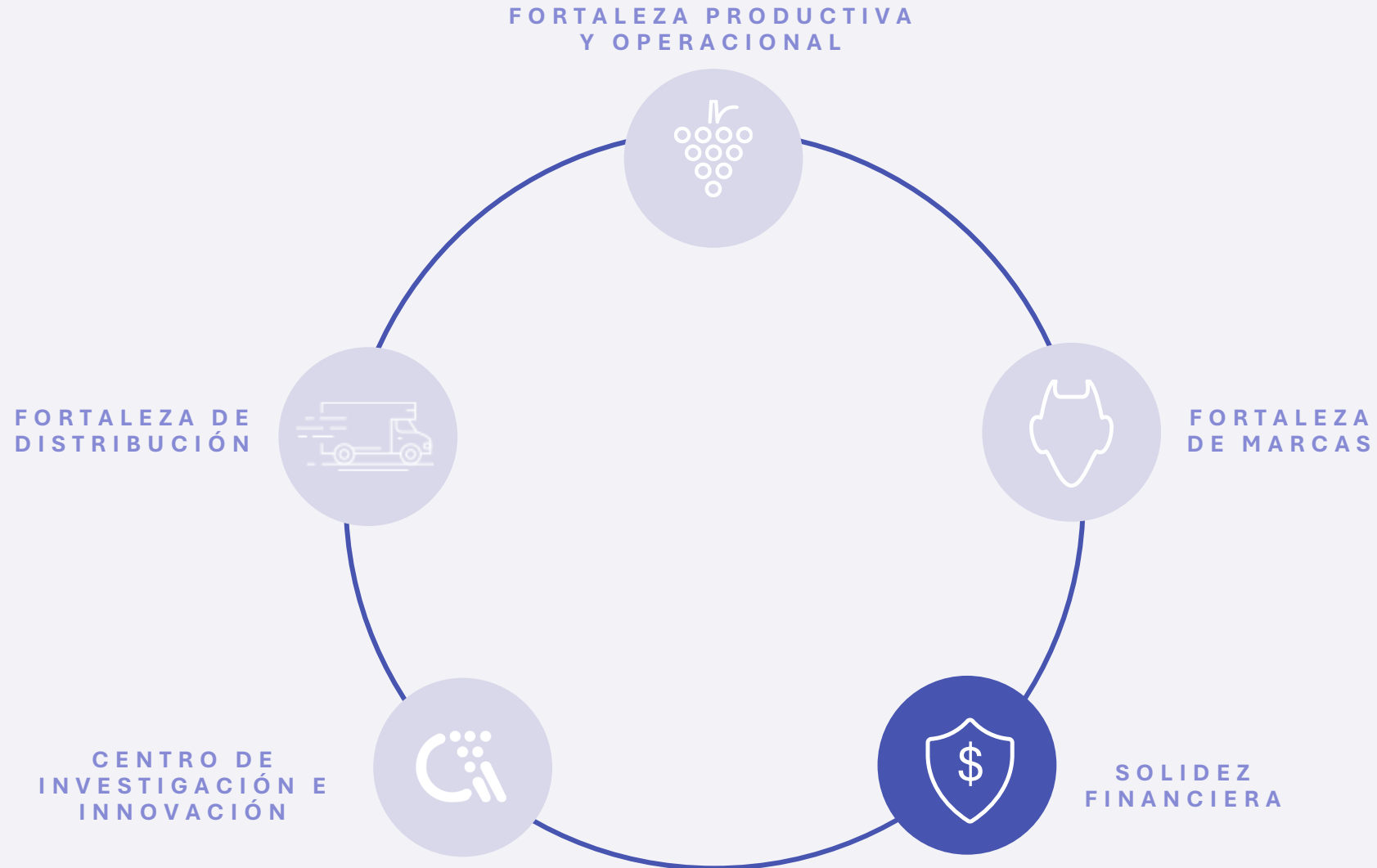
Fundamentos del Crecimiento

FORTALEZA DE MARCAS – POTENCIAR CEPAS BLANCAS Y ROSADAS



Fundamentos del Crecimiento

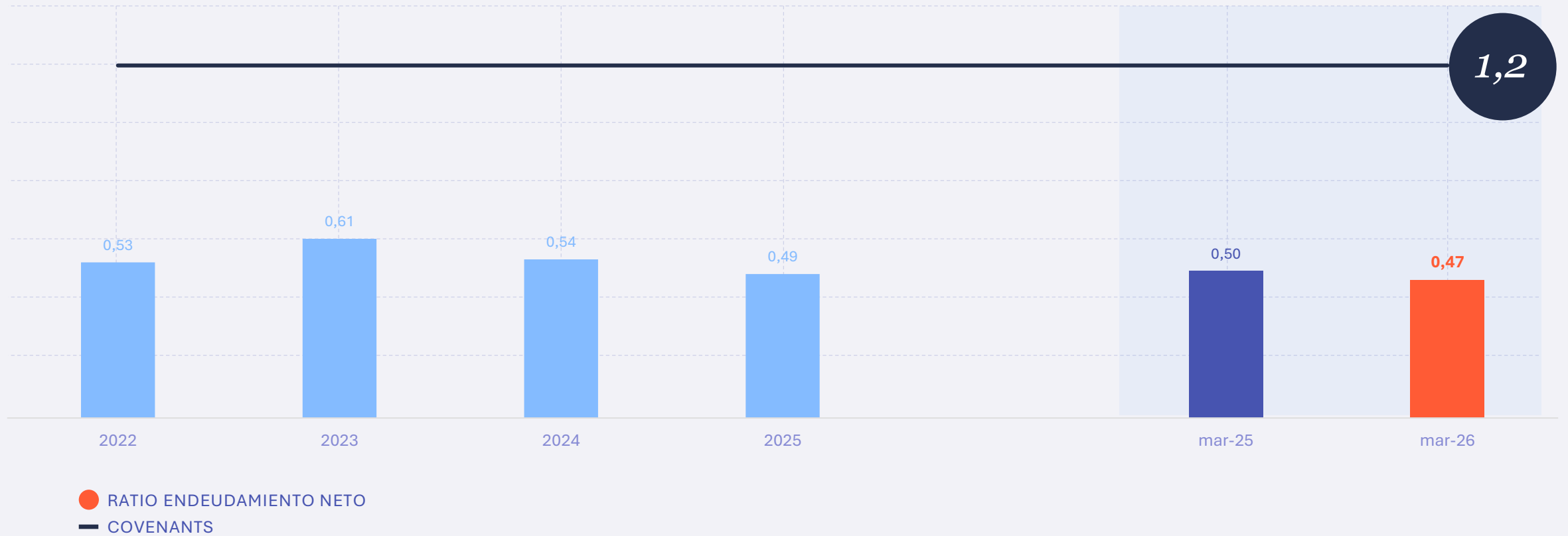
MODELO DE NEGOCIO



Bajo Nivel De Endeudamiento

RELATIVO AL TAMAÑO DEL PATRIMONIO

SOLIDEZ FINANCIERA

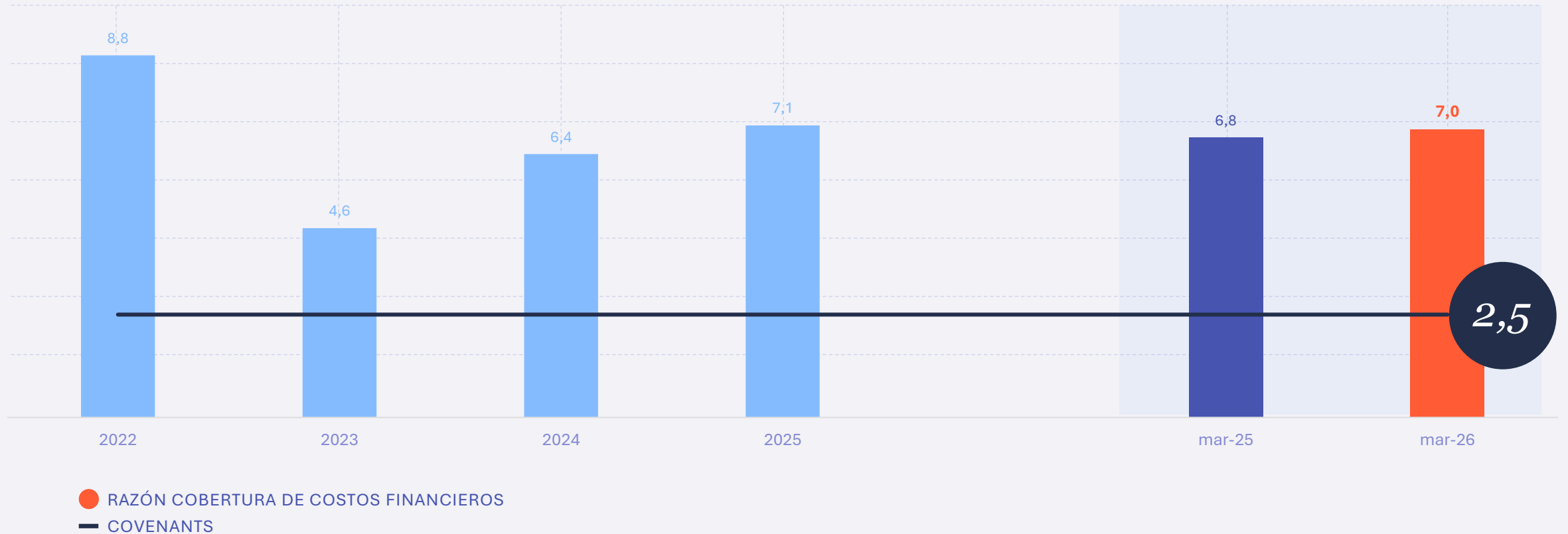


Ratio endeudamiento neto: (Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes – Caja) / Patrimonio

Cobertura de Gastos Financieros

A MARZO 2026

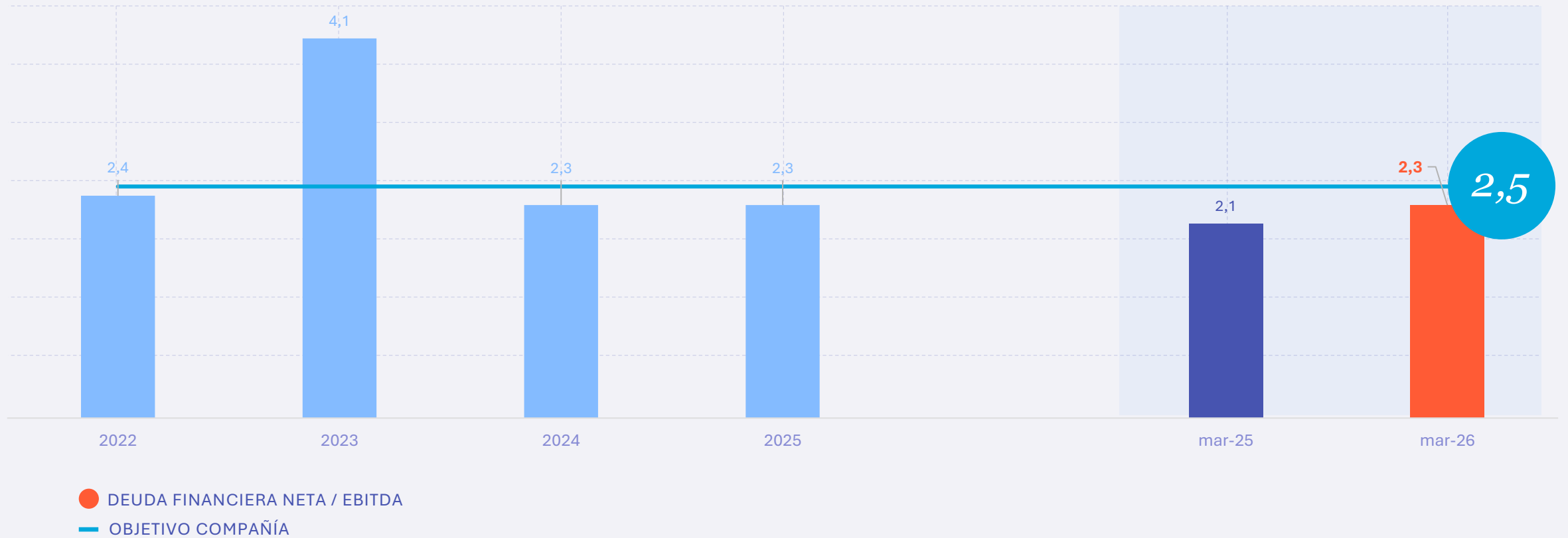
SOLIDEZ FINANCIERA



(*) 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

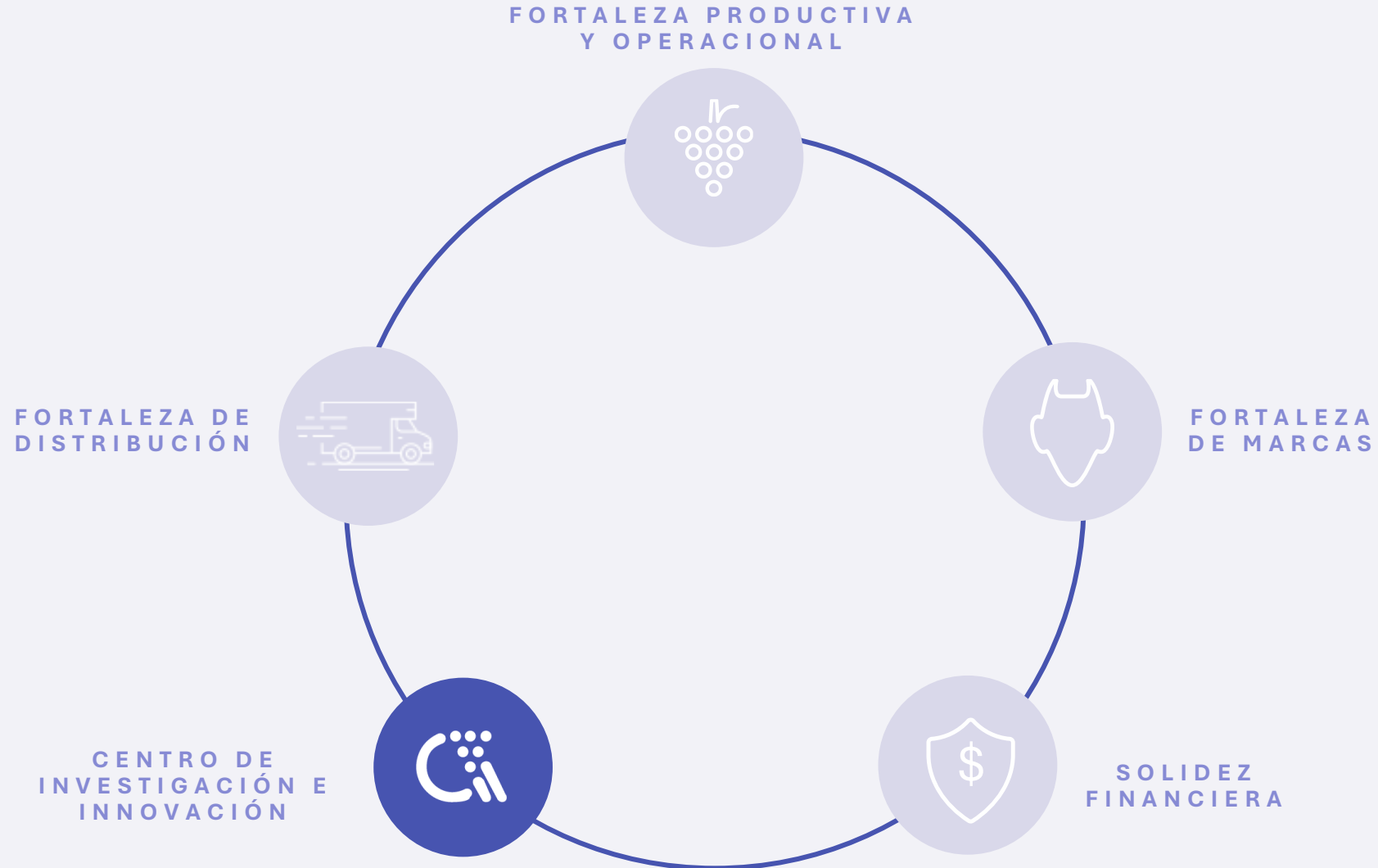
SOLIDEZ FINANCIERA



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

Fundamentos del Crecimiento

MODELO DE NEGOCIO



Fundamentos del Crecimiento

CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN



Fundada en el año
2014



US\$ 3,3M
Inversión anual
En I+D



+10
Alianzas estratégicas



5 Programas pilares
de investigación



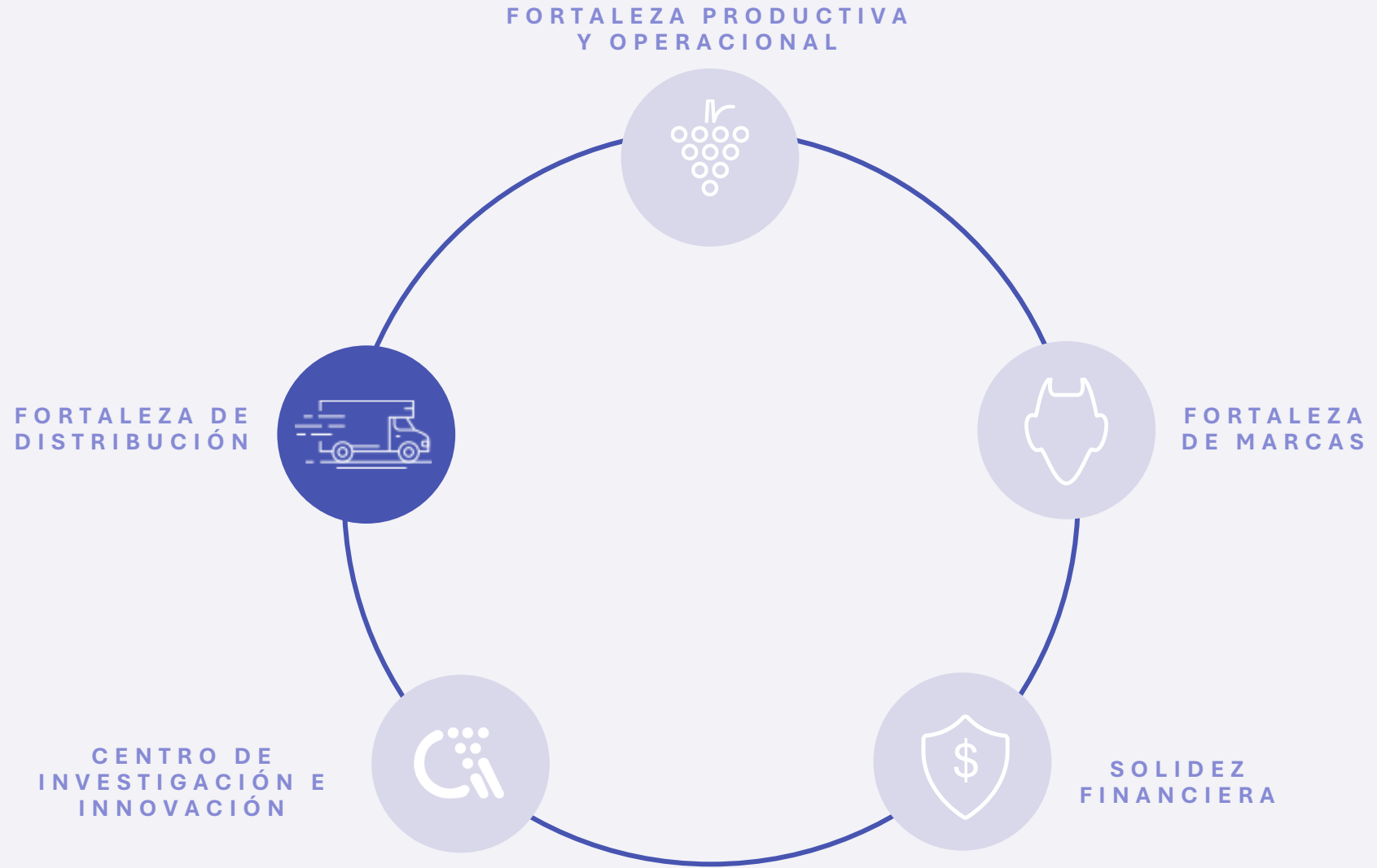
40
Investigadores



12
Total de Phds

Fundamentos del Crecimiento

MODELO DE NEGOCIO



Fundamentos del Crecimiento

FORTALEZA DE DISTRIBUCIÓN PROPIA



Ranking Market Share Volumen – Origen Chile

PAÍS	TIPO DE MERCADO	LITROS POR ADULTO PER CÁPITA (*) (FUENTE: IWSR)	RANKING MARKET SHARE VOLUMEN (**) (FUENTE: IWSR)
REINO UNIDO	MADURO	16,0	1st
EE.UU.	MADURO	9,6	1st
CHILE	MADURO	11,5	2nd
BRASIL	EN DESARROLLO	2,1	1st
MÉXICO	EN DESARROLLO	0,8	1st
CANADÁ	MADURO	11,3	1st
JAPÓN	MADURO	2,8	2nd
SUECIA	MADURO	21,5	1st
CHINA	EN DESARROLLO	0,3	1st
PAÍSES BAJOS	MADURO	18,5	1st
IRLANDA	MADURO	17,2	2nd
NORUEGA	MADURO	15,0	1st
FINLANDIA	MADURO	10,5	1st
POLONIA	EN DESARROLLO	3,7	1st
COREA DEL SUR	EN DESARROLLO	0,9	1st
COSTA RICA	EN DESARROLLO	1,8	1st
PERÚ	EN DESARROLLO	1,9	1st
PANAMÁ	EN DESARROLLO	1,4	1st

(*): Consumo per cápita de vino correspondiente al año 2024.

(**): Puesto en que Viña Concha y Toro se encuentra en el ranking de Market Share de volumen dentro del origen Chile.

Resultados No Financieros





01. APORTE A IMAGEN PAÍS

Viña Concha y Toro es reconocida por **Marca Chile** por su aporte al posicionamiento de Chile en el mundo.



02. #1 INDUSTRIA MERCOS ESG

La empresa fue reconocida en el ranking **Merco Responsabilidad ESG**, liderando la Industria.

S&P Global

03. SUSTAINABILITY YEARBOOK

Viña Concha y Toro fue incluida por quinta vez en el **Sustainability Yearbook 2026**, la única viña del mundo en alcanzar este reconocimiento.



CT
CONCHA Y TORO
DESDE 1883


VIÑA DON MELCHOR

A.
VIÑA AMELIA
LIMARÉ - CHILE

Cono Sur
VINEYARDS & WINERY


VIÑA MAIPO

Buenos
Philippe de
Rothschild  Vina
Concha
y Toro
Almariva

BODEGA
TRIVENTO
ARGENTINA

BONTERRA
ORGANIC ESTATES.

MAISON
MIRABEAU