

VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

ANÁLISIS
RAZONADO

130925

ÍNDICE

CAP. 01

Destacados

CAP. 02

Comentarios del CEO

CAP. 03

Resultados 3Q25

CAP. 04

Resultados 9M25

CAP. 05

Estado de Resultados

CAP. 06

Estado de Situación Financiera

CAP. 07

Análisis Comparativo y Explicación de las Principales Tendencias

CAP. 08

Otros Indicadores

CAP. 09

Diferencias entre Valores Libro y Valores Económicos de los principales activos de la Empresa

CAP. 10

Flujos de Efectivo Netos

CAP. 11

Análisis de Riesgo de Mercado

CAP. 12

Tablas Financieras

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.

Destacados

3 Q 2 5



VENTA VINO

+10,1%HASTA CLP \$ 236.644 MM
(+8,1% VENTA CONSOLIDADA)

PREMIUMIZACIÓN

57,1%MIX PORTFOLIO
PRINCIPAL + INVEST (SOLO VINO)
(+50 PB)

GANANCIA BRUTA

+9,8%HASTA CLP\$ 98.138 MM
EL MARGEN BRUTO ALCANZÓ 39,1%
(+60 PB)

EBITDA

+22,1%

CLP\$ 41.057 MM

MARGEN EBITDA

16,4%

(190 PB)

UTILIDAD NETA

+13,2%LLEGANDO A CLP\$ 20.206 MM,
CON UN MARGEN NETO DE 8,0%
(+30 PB)

9 M 2 5



VENTA VINO

+5,2%HASTA CLP\$ 663.609 MM
(+4,3% VENTA CONSOLIDADA)

PREMIUMIZACIÓN

57,1%MIX PORTFOLIO
PRINCIPAL + INVEST (SOLO VINO)
(+170 PB)

GANANCIA BRUTA

+4,9%HASTA CLP\$ 275.387 MM
EL MARGEN BRUTO ALCANZÓ 39,1%
(+20 PB)

EBITDA

+4,0%

CLP\$ 108.325 MM

MARGEN EBITDA

15,4%

(0 PB)

UTILIDAD NETA

+1,2%LLEGANDO A CLP\$ 52.990 MM,
CON UN MARGEN NETO DE 7,5%
(-20 PB)

Comentarios del CEO

Viña Concha y Toro culminó el tercer trimestre con una marcada aceleración en sus ventas y una creciente participación de su portfolio de mayor valor. Este desempeño refleja nuestra capacidad para anticiparnos a las tendencias del mercado y la excelencia de un equipo que, con visión y resiliencia, continúa adaptándose con éxito a un entorno global desafiante.

Las ventas de vino aumentaron un 10,1% en valor (8,1% en total) y un 4,4% en volumen, impulsadas principalmente por la fuerte expansión de las marcas premium y superiores, en línea con nuestra estrategia de premiumización. Dentro de este contexto, la categoría Principal creció un 11,5%, mientras que Invest lo hizo en un 10,5%, confirmando la preferencia de los consumidores por nuestras marcas de mayor prestigio.

Durante este período, la premiumización siguió consolidándose como un pilar estratégico. Los portafolios Principal e Invest, que agrupan nuestras marcas premium y superiores prioritarias, representaron el 57,1% de las ventas de vino (53,9% de las ventas totales), superando el 56,6% registrado en igual trimestre del año anterior.

Entre las marcas, destaca el excepcional desempeño de Don Melchor, nuestro vino ícono, reconocido recientemente por la prestigiosa publicación internacional Wine Spectator como el mejor vino del mundo. Sus ventas se duplicaron en el tercer trimestre (+119,4%) y acumulan un crecimiento de 159,4% en lo que va del año. Este logro constituye no sólo un motivo de orgullo para Viña Concha y Toro y su compromiso con la excelencia, sino también un hito relevante para la industria vitivinícola chilena.

Asimismo, se observa un positivo dinamismo en nuestros principales mercados internacionales, impulsado por la fortaleza de nuestra red de 12 oficinas de distribución propia. En este contexto, las ventas crecieron un 7,7% en el Reino Unido, 14,3% en Estados Unidos, 28,1% en Brasil y 11,6% en México, reflejando la eficacia de nuestra estrategia de expansión global y la consistencia de nuestras marcas.

El enfoque sostenido en la rentabilidad continúa generando resultados sólidos, con un margen EBITDA que aumentó 190 puntos base, alcanzando 16,4%.

Con ello, completamos ocho trimestres consecutivos de crecimiento en ingresos, una clara demostración de la consistencia y solidez del modelo de negocio de Viña Concha y Toro. Este desempeño reafirma la efectividad de nuestra estrategia basada en la fortaleza de nuestras marcas, la eficiencia operativa y la consolidación de una red de distribución global de clase mundial.

CAP. 03

Resultados 3Q25

Venta Consolidada

Ventas (Millones de CLP\$)	3Q25	3Q24	Var (%)	9M25	9M24	Var (%)
<i>Mercados de Exportación ⁽¹⁾</i>	175.620	158.349	10,9%	484.073	457.699	5,8%
Chile	32.113	31.325	2,5%	80.451	77.711	3,5%
EE.UU.	28.910	25.290	14,3%	99.085	95.619	3,6%
Vino	236.644	214.964	10,1%	663.609	631.030	5,2%
Cervezas y Licores ⁽²⁾	9.415	10.384	(9,3%)	29.521	28.703	2,8%
Otros no líquidos ⁽³⁾	4.966	6.852	(27,5%)	11.703	15.985	(26,8%)
Total Ventas	251.024	232.200	8,1%	704.833	675.718	4,3%

Volumen (miles de C9L)	3Q25	3Q24	Var (%)	9M25	9M24	Var (%)
<i>Mercados de Exportación ⁽¹⁾</i>	5.533	5.201	6,4%	15.184	14.777	2,8%
Chile	1.732	1.770	(2,1%)	4.479	4.591	(2,5%)
EE.UU.	650	611	6,5%	2.290	2.393	(4,3%)
Vino	7.915	7.581	4,4%	21.953	21.762	0,9%
Cervezas y Licores ⁽²⁾	543	646	(16,0%)	1.725	1.788	(3,5%)
Total Volumen	8.458	8.228	2,8%	23.677	23.550	0,5%

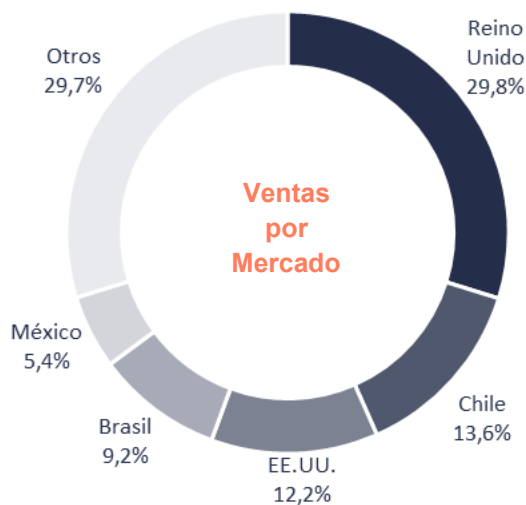
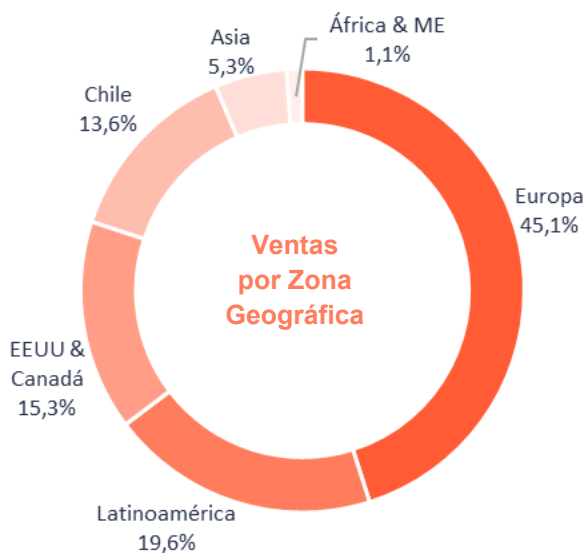
Precio promedio (por C9L)		3Q25	3Q24	Var (%)	9M25	9M24	Var (%)
Mercados de Exportación	US\$	33,1	32,7	1,0%	33,4	33,0	1,0%
Chile Vino	CLP\$	18.536	17.698	4,7%	17.963	16.925	6,1%
EE.UU.	US\$	46,3	44,5	4,1%	45,3	42,5	6,5%

(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 contable, sin efecto en resultados.

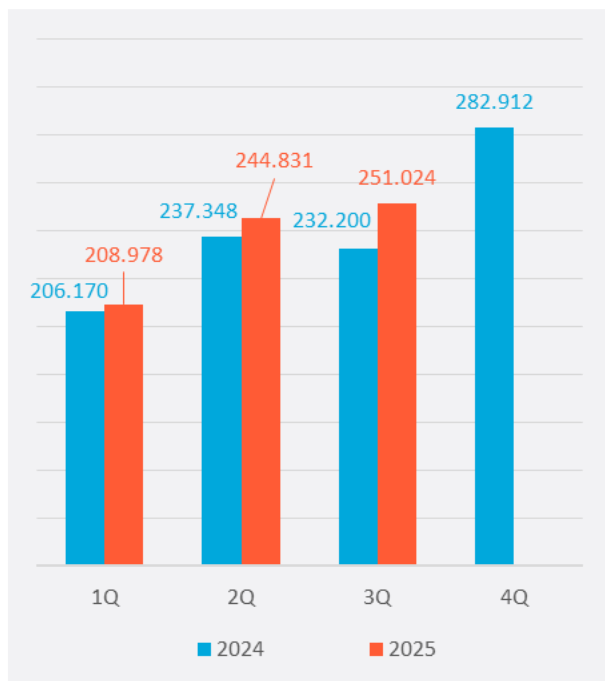
Participación ventas en valor – solo Vino 3Q25



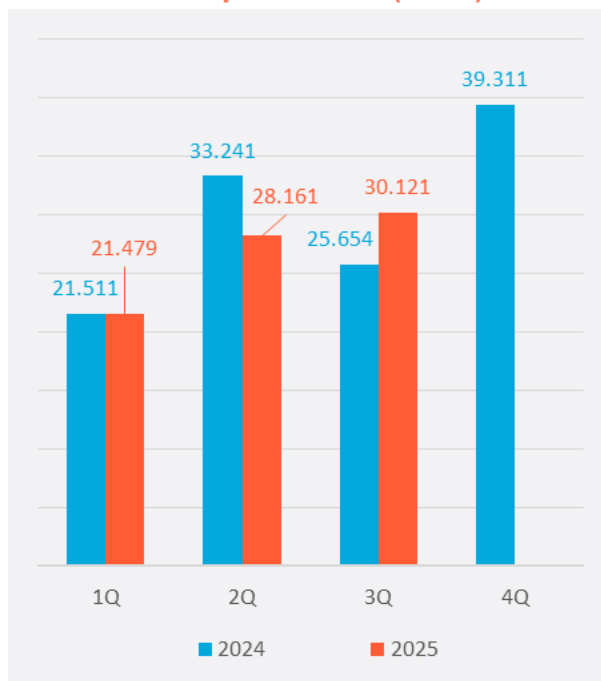
Evolución por Trimestre:

(cifras en millones de CLP\$)

Ventas Consolidadas



Resultado Operacional (EBIT)



(*) CLP\$30.121 millones incluye castigos por CLP\$589 millones.

1. Venta consolidada

Durante este periodo completamos un octavo trimestre consecutivo de crecimiento en ventas por valor, un resultado especialmente significativo considerando el escenario mundial desafiante que enfrenta la industria del vino.

Pese a este contexto, la compañía ha logrado desmarcarse de la tendencia general del sector, acelerando el crecimiento en ventas 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 segmento Vino, que representa sobre el 94% de las ventas consolidadas, registró un crecimiento de 4,4% en volumen y 10,1% en valor. Este desempeño es gracias a que hemos podido anticipar las tendencias de mercado y reafirma la resiliencia de nuestro modelo de negocio y la efectividad de la estrategia de premiumización.

Las ventas consolidadas en valor aumentaron 8,1% interanual, alcanzando CLP\$251.024 millones, impulsadas por un crecimiento de 2,8% en el volumen consolidado y un incremento de 5,2% en el precio promedio, dado por un mix más premium y por un positivo efecto tipo de cambio.

A nivel de mercados, se observó un repunte generalizado en nuestros principales mercados, con avances destacados en Reino Unido (+7,7%), EE.UU. (+14,3%), Brasil (+28,1%) y México (+11,6%). 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 53,9% de las ventas totales, un incremento de 150 puntos base interanual, impulsadas por un aumento en valor de 11,5% de la categoría Principal y 10,5% de la categoría Invest. Entre los desempeños más destacados se encuentran Don Melchor (+119,4%), Casillero del Diablo (+11,9%), Diablo (+19,5%) y Trivento Reserve (+10,4%) de nuestra filial Argentina, lo que confirma la fortaleza del portafolio premium de la compañía.

En el trimestre se observó una mejora sostenida en el precio promedio, asociada a un mix más premium, con incrementos de +4,7% en Chile (CLP\$), +4,1% en EE.UU. (US\$) y +1,0% en Mercados de Exportación (US\$).

1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de la compañía en los Mercados de Exportación crecieron 10,9%, hasta CLP\$175.620 millones, debido al incremento de volúmenes (+6,4%) y del precio promedio/mix en pesos chilenos (+4,3%).

En Europa la facturación tuvo un alza de 10,9%, como resultado del crecimiento de 7,7% en Reino Unido, debido al crecimiento de las marcas Casillero del Diablo (+6,9%), Trivento Reserve (+11,9%) e Isla Negra (+7,1%), así como también alzas de 14,1% en los países nórdicos.

En Asia, las ventas cayeron 24,1% en valor, por menores ventas en Japón, que disminuye 38,2%, por ajustes de inventario, y Corea del Sur, que cae 44,4%. Por otro lado, en China se observa un alza de 2,1%, donde destacamos el desempeño de Casillero del Diablo.

En América Latina, el alza en ventas fue de 17,4%, impulsadas mayoritariamente por Brasil (+28,1%) y México (+11,6%). En Brasil, las categorías Principal + Invest crecen 31,9%, donde la marca Casillero del Diablo y Don Melchor son las más significativas.

Con respecto al impacto cambiario, en el 3Q25 el peso chileno se depreció un 5,3% frente a nuestra canasta de monedas de facturación. A nivel de las principales monedas, el peso chileno se depreció respecto del euro (10,0%), de la libra esterlina (7,0%), del peso mexicano (5,0%), del real brasileño (4,7%) y del dólar estadounidense (3,1%).

1.2. Chile

En el mercado doméstico de Chile la venta de vino creció 2,5% en valor, llegando a CLP\$32.113 millones, caracterizada por una mejora en el mix premium, que permitió mostrar un alza de 4,7% en el precio promedio.

El incremento en valor se dio en las categorías de marcas prioritarias Principal e Invest, que crecieron 10,0%. Aquí se destacan las marcas Don Melchor, Diablo y Casillero del Diablo Belight, que crecen a dos dígitos.

En volúmenes de vino, vemos una caída de 2,1%, donde la marca Exportación Selecto (marca no premium) explicó 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 16,0% en volumen y 9,3% en valor, debido, en gran medida, por el desempeño de cervezas importadas. Nuestras marcas propias de cerveza siguen al alza, al igual que el Pisco 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 portafolio importado de Chile y Argentina, actualmente comercializado por Bonterra Organic Estates.

En EE.UU. la venta tuvo un incremento de 14,3% en facturación, llegando a CLP\$28.910 millones. Esto se explica por el alza de volúmenes de 6,5% y por el aumento del precio promedio/mix en dólares (+4,1%), acompañado por un positivo efecto tipo de cambio.

En cuanto a las marcas, sobresale el crecimiento en ventas de la categoría Invest, especialmente Don Melchor, 1000 Stories y Bonterra, alineadas con la estrategia definida para este mercado, junto con la incorporación de nuevos lanzamientos como Bonterra Ranch Wine, que responden a las tendencias actuales de consumo.

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 Venta

El costo de venta alcanzó CLP\$152.886 millones, 7,1% superior a la cifra del 3Q24, explicado 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 y mayores costos de internación en Brasil. Adicionalmente, se suman nuevos costos en 2025, como lo son el nuevo impuesto medioambiental en Reino Unido por CLP\$3.192 millones y el pago de aranceles en EE.UU. por CLP\$580 millones.

El costo total contiene CLP\$206 millones por degradaciones de vino en 3Q25, los cuales se separarán en el Estado de Resultados para mayor entendimiento, que corresponden a costos extraordinarios que no generan flujo. En 3Q24 estos castigos ascendieron a CLP\$382 millones.

La ratio costo de ventas sobre ventas alcanza un 60,9%, 60 pb inferior con respecto al 61,5% observado en el 3Q24, reflejando las eficiencias realizadas en estas líneas, a pesar del incremento de los costos por temas arancelarios y nuevos impuestos que se han observado este año.

3. Margen Bruto

La ganancia bruta del periodo alcanzó CLP\$98.138 millones, un 9,8% superior a la ganancia del 3Q24, que totalizó CLP\$89.387 millones. El margen bruto alcanzó 39,1%, 60 pb sobre la cifra del mismo periodo de 2024, por mayores ventas y por eficiencias realizadas en las líneas de costos.

Sin considerar los castigos de vino, el margen bruto ajustado para el 3Q25 hubiese alcanzado 39,2%, que se compara con el margen bruto ajustado de 38,7% del 3Q24 (+50 pb).

4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución + gastos de administración) fueron CLP\$66.764 millones en el periodo, 5,4% superior a la cifra de CLP\$63.318 millones registrada en el 3Q24. El aumento de los GAV se debe principalmente a mayores gastos de venta y logística, y a efectos de tipo de cambio. La ratio GAV sobre ventas alcanza 26,6%, 70 pb inferior a la ratio del 3Q24.

5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos fueron de CLP\$207 millones en 3Q25, una baja interanual de 26,2% al compararse con los CLP\$280 millones del 3Q24. Lo anterior se debe a ingresos extraordinarios en 3Q24 y por una sola vez generados por ventas de activos fijos por CLP\$60 millones e indemnización por siniestros por CLP\$31 millones.

Otros gastos sumaron CLP\$1.460 millones este trimestre, un 109,8% mayor al mismo periodo del año pasado, el cual fue de CLP\$696 millones. Este monto contiene un castigo por CLP\$384 millones, el cual se separará en el Estado de Resultados para mayor entendimiento, que corresponden, en gran medida, a gastos extraordinarios y de única vez que no generan flujo,

correspondientes a arrancas de parras realizadas en los tres países productivos. Este concepto genera 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\$30.121 millones, un 17,4% superior a la cifra registrada en el mismo trimestre del 2024, que alcanzó CLP\$25.654 millones. El margen operacional fue 12,0% en el trimestre, un alza de 100 pb.

Si excluimos los castigos señalados, el Resultado Operacional hubiese alcanzado CLP\$30.711 millones, un 17,8% sobre la cifra del 3Q24 con castigos excluidos, que totalizó CLP\$26.063 millones. Así, el margen EBIT ajustado fue de 12,2% (+100 pb).

7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización, incluyendo los castigos que no generan flujo) fue de CLP\$41.057 millones en 3Q25, 22,1% superior a la cifra del 3Q24 que totalizó CLP\$33.625 millones. El margen EBITDA fue de 16,4% (+190 pb).

8. Resultado No Operacional

En 3Q25 la compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$1.747 millones, un 24,7% superior a la pérdida de CLP\$1.401 millones en 3Q24. Esto se explica, en gran medida, por una menor diferencia de cambio, que en 3Q25 totalizó CLP\$79 millones, un 91,6% inferior a lo alcanzado en 3Q24, que alcanzó CLP\$935 millones.

Los ingresos financieros fueron CLP\$842 millones en 3Q25, 49,6% superior a la cifra de CLP\$563 millones registrada en 3Q24. Esto se explica, en su mayoría, por mayores colocaciones de inversiones de corto plazo.

Los gastos financieros cayeron un 5,0% contra el 3Q24, alcanzando CLP\$5.468 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\$2.683 millones en 3Q25, un 2,9% superior a la ganancia obtenida en 3Q24, que alcanzó CLP\$2.608 millones. La coligada Almaviva decidió de forma estratégica, al igual que el año previo, guardar parte de su cosecha.

9. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de CLP\$7.968 millones, 28,3% superior a la cifra de CLP\$6.211 millones en 3Q24, debido, mayormente, a que la tasa de impuesto efectiva del periodo fue 250 pb superior a la del 3Q24 y, además, por el mayor resultado obtenido.

10. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue CLP\$20.206 millones, un alza de 13,2% respecto a los CLP\$17.857 millones reportados en 3Q24. El margen neto fue 8,0% (+30 pb).

En base a las 739.010.000 acciones suscritas en circulación al 30 de septiembre de 2025, la ganancia por acción de Viña Concha y Toro totalizó en CLP\$27,3, un 13,2% superior de los CLP\$24,2 por acción registrados en el mismo trimestre del año anterior, explicado por un crecimiento de la utilidad neta.

CAP. 04

Resultados 9M25

1. Venta consolidada

Al 9M25, la venta consolidada tuvo un incremento de 4,3% hasta CLP\$704.833 millones, la cual es impulsada por el alza en volúmenes de 0,5% y el aumento del precio promedio de 3,7% en pesos chilenos. En este desempeño ha sido fundamental el avance de las ventas de marcas premium y superiores, que permitieron un mejor precio promedio/mix, la anticipación a las tendencias de mercado, nuestra red de distribución propia y el gran equipo humano, como se ha mencionado anteriormente.

El segmento Vino tuvo un crecimiento en volumen de 0,9% y en valor de 5,2%, lo que se debe a la mejora en el mix premium impulsada por nuestra estrategia de premiumización.

Las categorías Principal e Invest (marcas premium y superiores foco) representaron el 53,8% de las ventas totales de la compañía, un incremento de 200 pb interanual, debido al alza en valor de las categorías Principal ³+7,0%) e Invest (+10,6%). Se destaca el desempeño de las marcas Don Melchor (+159,4%), Casillero del Diablo (+5,8%), Diablo (+17,5%), Trivento Reserve (+3,5%) y Bonterra (+4,5%), que en conjunto representan cerca del 45% de las ventas de vino.

Para el 9M25, destacamos el aumento del precio promedio/mix en EE.UU. (+6,5% en US\$), en Chile Vino (+6,1% en CLP\$) y en Mercados de exportación (+1,0% en US\$).

1.1 Mercados de Exportación

La venta de la compañía en los Mercados de Exportación creció 5,8%, llegando a CLP\$484.073 millones. El precio promedio/mix creció un 2,9% en pesos chilenos, lo que se suma al alza de volúmenes en el periodo, de 2,8%.

En Europa la facturación tuvo un alza de 6,5%, como resultado del crecimiento de 3,3% en Reino Unido, sumado al alza de 12,7% 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, afectando el desempeño de nuestra marca Isla Negra. 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, las ventas cayeron 13,6% en valor, por menores ventas en Japón, que disminuye 28,0%, por ajustes de inventario, y en Corea del Sur, que cae 12,7%. Por otro lado, China tuvo un crecimiento de ventas de 5,1% gracias a la marca Casillero del Diablo.

En América Latina, las ventas crecieron 7,0% en valor, con volúmenes un 8,7% más altos. Esto se explica, principalmente, debido al mayor volumen en Brasil (+10,9%) y México (+3,7%), a pesar de la devaluación de monedas vista durante los primeros meses del año.

Con respecto al impacto cambiario, en el 9M25 el peso chileno se depreció un 1,9% 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 (5,0%) y del dólar estadounidense (1,8%), se apreció con respecto al peso mexicano (7,6%) y al real brasileño (4,9%).

1.2 Chile

En el mercado doméstico chileno, las ventas de vino aumentaron 3,5% en valor, alcanzando CLP\$80.451 millones, reflejo de una gestión comercial enfocada en la rentabilidad y en el fortalecimiento del portafolio premium. La mejora de 11,3% en el mix de las categorías Principal e Invest impulsó un alza de 6,1% en el precio promedio, compensando con creces la contracción de 2,5% 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 creció 2,8% en valor, en gran medida, por el desempeño de nuestras marcas propias de cervezas y piscos. Por otro lado, se sigue observando que el segmento de cervezas donde compite la marca Miller continúa desafiante y con una alta competencia.

1.3 EEUU

En EE.UU., las ventas en valor totalizaron CLP\$99.085 millones, un alza de 3,6% contra el 9M24, que alcanzó CLP\$95.619 millones. El precio promedio/mix en dólares creció 6,5%, debido al incremento de la categoría Invest.

A nivel de marca, destacan los crecimientos de ventas en valor de Don Melchor, Bonterra y Diablo, 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 Venta

El costo de venta alcanzó CLP\$429.445 millones, 4,0% superior a la cifra del 9M24, debido, en parte, 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 y mayores costos de internación en Brasil. A esto se le suma el nuevo impuesto medioambiental en Reino Unido por CLP\$5.223 millones y el pago de aranceles en EE.UU. por CLP\$1.718 millones.

Este monto contiene CLP\$1.525 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 60,9%, 20 pb menor que lo observado al 9M24, reflejando las eficiencias realizadas, que contrarrestan los aumentos de costos antes mencionadas.

3. Margen Bruto

La ganancia bruta totalizó en CLP\$275.387 millones, un incremento de 4,9% con respecto al 9M24. El margen bruto alcanzó 39,1% (+20 pb), a pesar de incluir los castigos de vino antes mencionados.

Sin considerar estos castigos, el margen bruto ajustado hubiese alcanzado 39,3%, un alza de 30 pb con respecto al mismo periodo del año anterior.

4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y venta (costos de distribución + gastos de administración) fueron CLP\$191.652 millones en el periodo, 5,1% superior a la cifra de CLP\$182.326 millones registrada en el 9M24. El aumento de los GAV se debe principalmente a mayores gastos de venta y logística, y a efectos de tipo de cambio. La ratio GAV sobre ventas alcanzó 27,2% (+20 pb).

5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos y gastos registraron un gasto neto de CLP\$3.974 millones en 9M25, que se compara con un ingreso neto de CLP\$114 millones en 9M24. Lo anterior se debe a que en 2024 hubo ingresos por la venta de terrenos y bienes prescindibles, indemnización por siniestro y regularizaciones por saldos asociados a proveedores. Además, hubo mayores gastos por impuestos a la inversión en Argentina, indemnizaciones, entre otros.

El gasto neto tiene incluido castigos por CLP\$1.919 millones en 9M25 y CLP\$101 millones en 9M24, los cuales se separarán en el Estado de Resultados para mayor entendimiento, que corresponden a gastos extraordinarios y de única vez que no generan flujo. Al 9M25 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 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. Al 9M24 estos gastos corresponden sólo a arrancas de parras realizadas en los tres países productivos.

6. Resultado Operacional

Las ganancias de actividades operacionales alcanzaron CLP\$79.761 millones, un 0,8% menor a la ganancia obtenida al 9M24, de CLP\$80.406 millones. El margen operacional fue 11,3% en el acumulado (-60 pb).

Si excluimos los castigos señalados, el Resultado Operacional hubiese alcanzado CLP\$83.205 millones, un 1,9% superior a la cifra del 9M24 con castigos excluidos, que totalizó CLP\$81.654 millones. Así, el margen EBIT ajustado fue de 11,8% (-30 pb).

7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización, incluyendo los castigos que no generan flujo) fue de CLP\$108.325 millones al 9M25, un 4,0% sobre la cifra del 9M24. El margen EBITDA fue de 15,4%, sin variación interanual.

8. Resultado No Operacional

Al 9M25 la compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$9.271 millones, un 12,7% inferior a la pérdida de CLP\$10.622 millones en 9M24. Esto se explica, en gran medida, por un menor gasto financiero neto en el periodo.

Los ingresos financieros fueron CLP\$3.231 millones al 9M25, 30,0% superior a la cifra de CLP\$2.486 millones registrada en 9M24. Esto se explica, en su mayoría, por mayores colocaciones de inversiones de corto plazo.

Los gastos financieros cayeron un 9,1% contra el 9M24, alcanzando CLP\$16.050 millones, lo que viene dado principalmente por una menor deuda promedio en el periodo y por menores tasas de interés.

Al 30 de septiembre de 2025, la deuda financiera neta sin intereses totalizó en CLP\$372.678 millones, 0,2% sobre la cifra del 30 de septiembre de 2024.

El resultado en la participación de empresas asociadas y negocios conjuntos fue CLP\$2.671 millones al 9M25, que se compara con CLP\$2.698 millones obtenidos al 9M24.

La utilidad por diferencia de cambio fue de CLP\$429 millones, un 72,0% inferior a la cifra del mismo periodo del 2024, que alcanzó CLP\$1.534 millones.

9. Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de CLP\$17.100 millones, 0,3% superior a la cifra de CLP\$17.042 millones en 9M24, 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\$52.990 millones, un alza de 1,2% respecto a los CLP\$52.348 millones reportados al 9M24. El margen neto fue 7,5% (-20 pb).

En base a las 739.010.000 acciones suscritas en circulación al 30 de septiembre de 2025, la ganancia por acción de Viña Concha y Toro totalizó en CLP\$71,7, un 1,2% sobre los CLP\$70,8 por acción registrados en el mismo periodo del año anterior, explicado por el incremento de la utilidad neta.

CAP. 05

Estado de Resultados

(miles de CLP\$)	3Q25	3Q24	Var (%)	9M25	9M24	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	251.023.696	232.200.142	8,1%	704.832.511	675.717.587	4,3%
Costo de ventas	(152.679.903)	(142.430.895)	7,2%	(427.920.359)	(411.952.416)	3,9%
Castigos vino	(205.731)	(382.483)	(46,2%)	(1.524.734)	(1.147.449)	32,9%
Ganancia bruta	98.138.062	89.386.764	9,8%	275.387.418	262.617.723	4,9%
Margen bruto	39,1%	38,5%	60 bp	39,1%	38,9%	20 bp
Otros ingresos	206.880	280.305	(26,2%)	983.225	2.371.120	(58,5%)
Costos de distribución	(54.226.961)	(50.554.936)	7,3%	(153.759.204)	(144.253.137)	6,6%
Gastos de administración	(12.536.873)	(12.762.629)	(1,8%)	(37.892.722)	(38.072.613)	(0,5%)
Otros gastos, por función	(1.076.177)	(669.108)	60,8%	(3.038.531)	(2.156.264)	40,9%
Castigos (Write off)	(383.645)	(26.627)	1340,8%	(1.918.697)	(100.546)	1808,3%
Ganancias de actividades operacionales	30.121.285	25.653.769	17,4%	79.761.489	80.406.283	(0,8%)
Margen operacional	12,0%	11,0%	100 bp	11,3%	11,9%	(60 bp)
Ingresos financieros	841.659	562.596	49,6%	3.231.203	2.486.496	30,0%
Gastos financieros	(5.468.322)	(5.755.930)	(5,0%)	(16.050.335)	(17.654.360)	(9,1%)
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	2.683.189	2.607.683	2,9%	2.670.626	2.697.686	(1,0%)
Diferencias de cambio	78.608	934.752	(91,6%)	428.982	1.534.249	(72,0%)
Resultados por unidades de reajuste	117.584	249.680	(52,9%)	448.385	313.981	42,8%
Resultado no operacional	(1.747.280)	(1.401.219)	24,7%	(9.271.139)	(10.621.949)	(12,7%)
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	28.374.004	24.252.550	17,0%	70.490.350	69.784.334	1,0%
Gasto por impuestos a las ganancias	(7.968.190)	(6.210.768)	28,3%	(17.099.502)	(17.041.972)	0,3%
Ganancia (pérdida)	20.405.815	18.041.782	13,1%	53.390.848	52.742.362	1,2%
(Ganancia) pérdida, atribuible a participaciones no controladoras	200.270	184.563	8,5%	400.670	394.140	1,7%
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	20.205.545	17.857.220	13,2%	52.990.178	52.348.223	1,2%
Margen neto	8,0%	7,7%	30 bp	7,5%	7,7%	(20 bp)
Ganancia (pérdida) por acción *	27,3	24,2	13,2%	71,7	70,8	1,2%
Gastos por depreciación	9.458.419	6.875.624	37,6%	22.636.352	20.205.037	12,0%
Gastos por amortización	888.112	686.355	29,4%	2.483.432	2.299.334	8,0%
EBITDA **	41.057.192	33.624.859	22,1%	108.324.704	104.158.648	4,0%
Margen EBITDA**	16,4%	14,5%	190 bp	15,4%	15,4%	0 bp

* Número de acciones suscritas en 3Q24 y 3Q25 es de 739.010.000.

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

Estado de Situación Financiera

1. Activos

Al 30 de septiembre de 2025, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron en CLP\$1.751.947 millones, un 1,9% superior a la cifra reportada al 31 de diciembre de 2024.

2. Pasivos

Al 30 de septiembre de 2025, la deuda financiera neta con derivados relacionados totalizó en CLP\$372.678 millones, 4,8% sobre la cifra al 31 de diciembre de 2024. La ratio DFN/EBITDA fue 2,4x.

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.

Estado de situación financiera¹

(miles de CLP\$)	Sep. 30, 2025	Dic. 31, 2024	Var (%)
Activos			
Efectivo y equivalentes al efectivo	44.080.863	45.500.034	(3,1%)
Inventarios corrientes	472.670.014	436.592.246	8,3%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	272.939.473	289.699.400	(5,8%)
Activos biológicos corrientes	21.551.262	34.592.448	(37,7%)
Otros activos corrientes	43.780.490	43.191.614	1,4%
Activos corrientes totales	855.022.102	849.575.742	0,6%
Propiedades, planta y equipo	542.390.003	528.080.857	2,7%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	39.429.959	38.123.086	3,4%
Otros activos no corrientes	315.104.612	302.989.385	4,0%
Total de activos no corrientes	896.924.574	869.193.328	3,2%
Total Activos	1.751.946.676	1.718.769.070	1,9%
Pasivos			
Otros pasivos financieros corrientes	224.517.145	205.652.904	9,2%
Otros pasivos corrientes	292.387.450	299.889.233	(2,5%)
Pasivos corrientes totales	516.904.595	505.542.137	2,2%
Otros pasivos financieros no corrientes	279.717.174	287.740.320	(2,8%)
Otros pasivos no corrientes	97.003.418	100.594.305	(3,6%)
Total de pasivos no corrientes	376.720.592	388.334.625	(3,0%)
Total Pasivos	893.625.187	893.876.762	(0,0%)
Patrimonio			
Capital emitido	74.030.880	74.030.880	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	779.437.760	745.080.747	4,6%
Acciones propias	0	0	
Otras reservas	(2.075.581)	(1.439.681)	44,2%
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	851.393.059	817.671.946	4,1%
Participaciones no controladoras	6.928.430	7.220.362	(4,0%)
Total Patrimonio	858.321.489	824.892.308	4,1%
Total Patrimonio y Pasivos	1.751.946.676	1.718.769.070	1,9%

¹ Para facilitar su análisis, algunas cuentas contables han sido agrupadas.

CAP. 07

Análisis Comparativo y Explicación de las Principales Tendencias

La ganancia neta de los propietarios de la controladora al 30 de septiembre de 2025 asciende a la suma de CLP\$52.990 millones lo que representa un aumento de 1,23% respecto del resultado obtenido en el ejercicio anterior, oportunidad en la que esta cifra llegó a los CLP\$52.348 millones.

a) LIQUIDEZ

- **Liquidez corriente**

Septiembre 2025	Diciembre 2024
1,65	1,68

La disminución de este indicador en 1,79%, se debe principalmente a que los pasivos corrientes aumentaron proporcionalmente más en un 2,25% versus el 0,64% del aumento de los activos corrientes.

El principal aumento de los pasivos corrientes corresponde al rubro otros pasivos financieros corrientes, por la toma de préstamos durante el primer semestre del 2025 (ver nota 19 de los Estados Financieros Consolidados).

- **Razón ácida**

Septiembre 2025	Diciembre 2024
0,74	0,82

La disminución de este indicador en 9,76%, se debe a que los activos corrientes menos los inventarios tuvieron una disminución de 7,42% versus los pasivos corrientes que aumentaron un 2,25%. El principal aumento de los pasivos corrientes corresponde al rubro otros pasivos financieros corrientes, por la toma de préstamos durante el primer semestre del 2025 (ver nota 19 de los Estados Financieros Consolidados).

b) ENDEUDAMIENTO

- **Razón de endeudamiento**

Septiembre 2025	Diciembre 2024
0,54	0,54

Este indicador no tiene variaciones respecto a diciembre 2024.

- **Proporción deuda corriente y no corriente sobre deuda total**

Deuda	Septiembre 2025	Diciembre 2024
Corriente	57,84%	56,56%
No Corriente	42,16%	43,44%

Estos índices muestran la estructura de pasivos corrientes y no corrientes, expresada como proporción sobre el total de estos. Los pasivos corrientes tienen un aumento de un 2,25% mientras los pasivos no corrientes tienen una disminución de un 2,99%, respecto del total de pasivos que disminuyó 0,03%. El principal aumento de los pasivos corrientes corresponde al rubro otros pasivos financieros corrientes, por la toma de préstamos durante el primer semestre del 2025 (ver nota 19 de los Estados Financieros Consolidados).

- **Cobertura de costos financieros**

Septiembre 2025	Septiembre 2024
7,06	6,09

El comportamiento de este índice se explica principalmente por el aumento de la suma de los siguientes conceptos anualizados, Ganancia Bruta, Costo de Distribución, Gasto de Administración, Depreciación y Amortización en 8,12% en relación con la disminución en los Costos Financieros Anualizados de 6,71%.

c) **ACTIVIDAD**

- **Total de activos**

Los activos de la Compañía presentan un aumento del 1,93%, respecto a diciembre del año 2024, lo que representa una variación de CLP\$33.178 millones. Esta variación se compone principalmente por el aumento en los activos corrientes totales de un 0,64% y un aumento de los activos no corrientes de un 3,19%.

- **Rotación de inventarios**

Septiembre 2025	Septiembre 2024
0,94	0,93

La rotación del inventario tuvo un aumento del 1,08% con relación al año 2024, producto del mayor aumento porcentual del costo de ventas del 3,96% en relación con el aumento en el inventario promedio de 2,82%.

- **Permanencia de inventarios**

Septiembre 2025	Septiembre 2024
288 días	291 días

Producto de lo señalado en el índice anterior la variación de este indicador se explica por la disminución de la permanencia de los inventarios de septiembre 2025 versus septiembre 2024.

Otros Indicadores

Los conceptos que se indican muestran el siguiente comportamiento (CLP\$ millones):

	Septiembre 2025	Septiembre 2024
Otros resultados por función ²	(13.245)	(10.508)
RAIDAIE ⁴³	111.660	109.943

RENTABILIDAD

- Rentabilidad del patrimonio**

Septiembre 2025	Septiembre 2024
9,43%	8,77%

El aumento de este indicador 7,53% respecto al 2024, se explica porque la ganancia neta anualizada tuvo un aumento del 12,63% y el patrimonio neto promedio un aumento de 4,82%.

- Rentabilidad del activo**

Septiembre 2025	Septiembre 2024
5,68%	5,19%

Este indicador tuvo un aumento del 9,44%, debido al aumento de la ganancia neta anualizada de 12,63% sobre el aumento de los activos operacionales promedios de un 2,94%.

- Rendimiento de activos operacionales**

Septiembre 2025	Septiembre 2024
10,48%	9,76%

Para los efectos de este indicador, se han considerado como activos operacionales los activos corrientes totales y propiedad, planta y equipo. La variación del índice se produce principalmente por el aumento del resultado operacional anualizado en 12,63% en relación con el 2024.

- Utilidad por acción**

Septiembre 2025	Septiembre 2024
71,70	70,84

El aumento de la utilidad por acción de un 1,22% se explica por el aumento de la ganancia neta comparada con el 2024.

- Retorno de dividendos**

Septiembre 2025	Septiembre 2024
4,02%	2,11%

Se explica principalmente por la disminución del precio de la acción y el aumento del precio de pagos de dividendos.

² Resultado formado por otros ingresos por función, otros gastos por función, ingresos financieros, costos financieros, participación en las ganancias de asociadas, diferencias de cambio y resultado por unidades de reajuste.

³ Ganancia antes de impuesto, costos financieros, depreciación y amortización. Para depreciación, se considera la imputada directamente en el resultado del periodo más la depreciación que forma parte del costo de venta.

CAP. 09

Diferencias entre Valores Libro y Valores Económicos de los principales activos de la Empresa

Las diferencias entre los valores libro y los valores económicos de la empresa, están radicados en la valorización de los bienes raíces, los que han sido adquiridos hace varios años y están contabilizados a su valor de costo histórico, tal como lo indican las NIIF. En algunas zonas donde se encuentran bienes de la Compañía, se han producido importantes aumentos en la plusvalía de los bienes raíces, lo que hace que los valores libro de los activos ya señalados, sean inferiores a los valores de mercado.

CAP. 10

Flujos de Efectivo Netos

El flujo originado por actividades de la operación muestra un comportamiento positivo de CLP\$56.650 millones, producto de los cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios recibidos en este periodo superior a los pagos realizados.

En cuanto al flujo originado por actividades de inversión, esta muestra un movimiento negativo de CLP\$43.784 millones. Esto se explica principalmente por los pagos en compras de propiedades, planta y equipos que ascienden a CLP\$44.583 millones.

En cuanto al flujo originado por actividades de financiación, éste muestra un comportamiento positivo de CLP\$15.072 millones. Lo anterior se explica principalmente en una gran parte por la relación entre la obtención y pagos de préstamos de CLP\$143.789 millones y CLP\$126.463 millones, respectivamente.

Análisis de Riesgo de Mercado

1. Análisis de Riesgo Financiero de Mercado

La compañía está expuesta a distintos tipos de riesgos de mercado, siendo los principales de ellos; el riesgo de tipo de cambio, riesgo de tasa de interés y riesgo de variación en los índices de precios al consumidor.

1.1 Riesgo de Tipo de Cambio

Dada la naturaleza exportadora de Viña Concha y Toro, el riesgo de tipo de cambio corresponde al riesgo de apreciación del peso chileno (su moneda funcional) respecto a las monedas en las cuales recibe sus ingresos.

La exposición al riesgo de tipo de cambio de Viña Concha y Toro corresponde a la posición neta entre activos y pasivos denominados en monedas distintas a la moneda funcional. Esta posición neta se genera principalmente por el diferencial entre la suma de cuentas por cobrar y existencias por el lado del activo y aportes publicitarios, deuda financiera y costos de insumos de producción por el lado del pasivo, todos ellos denominados en Dólares Norteamericanos, Euros, Libras Esterlinas, Dólares Canadienses, Coronas Suecas, Coronas Noruegas, Reales Brasileños, Pesos Mexicanos, Yuan Chino y Pesos Argentinos.

Para mitigar y gestionar el riesgo de tipo de cambio, la compañía monitorea en forma diaria la exposición neta en cada una de las monedas para las partidas ya existentes, y cubre este diferencial principalmente con operaciones Forward de moneda a un plazo menor o igual a 90 días, pudiendo en algunas ocasiones utilizar Cross Currency Swap o algún otro derivado.

El análisis de sensibilidad, suponiendo que la compañía no hubiese realizado coberturas al 30 de septiembre de 2025, arroja que una depreciación/apreciación del 10% del peso chileno, respecto a las diferentes monedas en las cuales la compañía mantiene activos y pasivos, hubiese generado una pérdida/utilidad de CLP\$ 13.113 millones. Esta sensibilización se realiza suponiendo todas las demás variables constantes y considerando en cada una de las monedas anteriormente señaladas los activos y pasivos promedios mantenidos durante el ejercicio señalado.

Adicionalmente y de acuerdo con las sensibilizaciones del impacto que tiene en el patrimonio neto, la apreciación o depreciación de cada una de las monedas, la compañía cubre parte de las partidas esperadas, de acuerdo con sus proyecciones de venta con ventas Forward de monedas a plazos mayores de 90 días.

El impacto en el patrimonio neto sobre las partidas esperadas proviene por una parte por las pérdidas/utilidades que pueden generar las depreciaciones/apreciaciones del peso chileno respecto a las monedas en que se efectúa la exportación, así como por las utilidades/pérdidas que se puedan generar producto de los menores/mayores costos en los casos en que éste se encuentra denominado o indexado a las variaciones de las diferentes monedas.

El análisis de sensibilidad arroja que una depreciación/apreciación del 10% del peso chileno respecto a las diferentes monedas en las cuales la compañía genera ingresos y egresos, hubiese representado al 30 de septiembre de 2025 una pérdida/utilidad de CLP\$ 31.103 millones. Esta sensibilización se realiza suponiendo todas las demás variables constantes y considerando en cada una de las monedas anteriormente señaladas los ingresos y egresos proyectados para el año.

1.2 Riesgo de Tasa de Interés

El riesgo de tasa de interés impacta a la deuda financiera de la compañía. Al 30 de septiembre de 2025 Viña Concha y Toro tenía una deuda financiera total de CLP\$ 416.759 millones (sin intereses y con efecto de derivados relacionados a la deuda financiera), de esta deuda un 51,68% se encuentra en el pasivo no corriente y un 48,32% en el corriente. Al cierre de este ejercicio la compañía no mantiene deuda con interés variable.

1.3 Riesgo de Inflación

Una característica muy particular del mercado financiero de Chile es la profundidad que existe para los bonos corporativos denominados en UF y no así en pesos chilenos, esto debido a que los primeros garantizan al inversionista un retorno específico en términos reales, aislando el riesgo inflacionario, sin embargo, este mismo es traspasado al emisor de la deuda. A raíz de esto la compañía ha emitido en el mercado local Bonos Corporativos denominados en unidades de fomento. Para cubrirse del riesgo de Inflación, la compañía ha tomado contratos Swap de UF a Pesos y de UF a Dólares, calzando la posición pasiva en UF.

En efecto, al 30 de septiembre de 2025 el 57,08% de la deuda de la compañía está denominada en UF, que corresponde principalmente a las colocaciones de Bonos vigentes por UF 7.000.000, la compañía para mitigar este riesgo ha tomado contratos "Cross Currency Swap" de UF a CLP y de UF a USD. El tope de inflación de los contratos vigentes al 30 de septiembre de 2025 es de 2,82% anual.

Con motivo de estos derivados y considerando que la variación de la UF entre el 01 de enero del 2025 y el 30 de septiembre de 2025 anualizada fue de 3,74% se generó una disminución de la pérdida en CLP\$ 1.291 millones. Esta utilidad se obtiene de considerar que el valor de pérdida sin cobertura habría sido de CLP\$ 5.602 millones, la que se acotó a CLP\$ 4.312 millones por las coberturas señaladas.

El análisis de sensibilidad suponiendo que la compañía no hubiese contratado estas coberturas, nos muestra que una variación de 100 puntos base anual en la inflación que corrige la UF en este período, hubiese generado una mayor pérdida/utilidad por CLP\$ 609 millones con efecto en resultado.

2. Riesgo de Crédito

El riesgo de crédito corresponde a la incertidumbre respecto al cumplimiento de las obligaciones de la contraparte de la compañía, para un determinado contrato, acuerdo o instrumento financiero, cuando este incumplimiento genere una pérdida en el valor de mercado de algún activo financiero.

2.1 Cuentas por Cobrar

El riesgo de crédito al cual está expuesta la compañía proviene principalmente de cuentas por cobrar comerciales que no tienen cotización en el mercado activo, por lo cual son medidos a su costo amortizado. Las cuentas por cobrar comerciales se reconocen por el importe de la factura y registrando el correspondiente deterioro en el caso que exista.

El otorgamiento de crédito a clientes es evaluado por la Administración, quien determina líneas de crédito y plazos de pagos con el objetivo de disminuir los riesgos de incobrabilidad. Lo anterior, considera principalmente la recopilación de información financiera, comercial y tributaria, más la opinión y la cobertura de seguros de créditos asignada por la Compañía de Seguros.

La política de la compañía es cubrir con seguro de crédito a todos sus clientes, tanto del mercado nacional, mercado de exportaciones y también para los clientes de sus subsidiarias, con una cobertura del 90% de las líneas de crédito otorgadas. En el caso de clientes rechazados de cobertura, se buscan mecanismos alternativos de garantizar sus pagos para ello se solicitan, cartas de crédito bancarias, pagos anticipados, cheques a fecha o cualquier otro que puede existir, de acuerdo con la legislación de cada país.

La incobrabilidad de las cuentas por cobrar y, en consecuencia, la provisión de incobrables, se determina considerando los montos no cubiertos por la compañía de seguros, analizando el riesgo por antigüedad de las deudas morosas, de acuerdo con la experiencia histórica o cuando ocurre uno o más de los siguientes eventos:

- Habiéndose ejecutado el proceso de cobranza de la deuda morosa, el cliente no reconoce la deuda.
- Habiéndose ejecutado el proceso de cobranza de la deuda morosa, el cliente no presenta intención de pago respecto de los compromisos adquiridos.
- El cliente ha entrado en cesación de pagos y/o presenta dificultades financieras significativas.
- Otros casos en que la cuenta por cobrar presenta deterioro debido a datos observables, objetivos y medibles que reclamen la atención de la compañía en cuanto puedan impactar los flujos de efectivo futuros de este activo.

Al 30 de septiembre de 2025, este servicio es provisto por una empresa de seguros con clasificación crediticia AA-, por lo que las coberturas de crédito señaladas en el párrafo anterior están concentradas en un 100% en esa empresa.

Al 30 de septiembre de 2025, se recibió efectivo por CLP\$99 millones por ejecución de garantías colaterales.

a) Venta a terceros desde Chile:

En el mercado nacional la venta está diversificada en más de 10 mil clientes, considerando a cadenas supermercados, distribuidores mayoristas y minoristas.

En el caso de las cuentas por cobrar del mercado nacional, un 98,11% cuenta con seguro de crédito, el cuál cubre un 90% del siniestro. Al 30 de septiembre de 2025 los 5 principales clientes concentran el 65,6% de las cuentas por cobrar de este mercado, estando el 100% de esta deuda cubierta por el seguro de crédito. El 79%, de las cuentas por cobrar están concentradas en clientes que mantienen cuentas por cobrar por montos superiores a los CLP\$100 millones, siendo que un 10% corresponde a clientes con una deuda inferior a los CLP\$10 millones.

La compañía exporta a más de 100 países en el extranjero logrando una amplia base de clientes principalmente como Distribuidores o Cadenas de Supermercados.

Para las exportaciones efectuadas desde Chile a terceros, un 87,18% cuenta con seguro de crédito, el cuál cubre un 90% de la cuenta por cobrar, además un 9,37% corresponden a ventas a monopolios estatales. Al 30 de septiembre de 2025 los veinte principales clientes concentran un 62,95% de las cuentas por cobrar de este mercado, estando el 88% de esta deuda cubierta por seguro de crédito, además un 27,9 %corresponde a ventas a monopolios estatales. El 37,05% restante, está constituido por cerca de 150 clientes.

Al 30 de septiembre de 2025, un 12,94% de la estimación de deterioro estaba compuesta por clientes nacionales asegurados.

Al 30 de septiembre de 2025, un 87,06% de la estimación de deterioro estaba compuesta por clientes nacionales no asegurados.

b) Venta a terceros desde el extranjero:

La compañía cuenta con subsidiarias distribuidoras de sus productos en Inglaterra, Suecia, Noruega, Finlandia, Argentina, Brasil, México, Singapur y China.

Al 30 de septiembre de 2025, la mayoría de las filiales cuentan con seguros de crédito que cubren aproximadamente un 90% del monto asegurado.

En Bodegas y Viñedos Trivento S.A., alrededor del 70% de las cuentas por cobrar del mercado local y el 85% de las de exportación están aseguradas al 90%.

En Concha y Toro UK, Gan Lu Wine Trading, VCT Group of Wineries Asia y en VCT Brasil, más del 90% de las cuentas por cobrar se encuentran cubiertas por seguros de crédito con una protección del 90% del valor.

Bonterra y VCT & DG México mantienen cobertura de seguros de crédito del 90% del valor sobre el 95% de la cartera.

Las filiales de Suecia, Noruega y Finlandia concentran la mayoría de sus cuentas por cobrar en monopolios estatales, que no requieren seguros de crédito por su bajo riesgo crediticio.

Al 30 de septiembre de 2025, un 0% de la estimación de deterioro estaba compuesta por clientes nacionales asegurados.

Al 30 de septiembre de 2025, un 100% de la estimación de deterioro estaba compuesta por clientes nacionales no asegurados.

2.2 Inversiones Corto Plazo y Forward

Los excedentes de efectivo se invierten de acuerdo con la política de inversiones de corto plazo, principalmente, en pactos de retrocompra sobre papeles del banco central, depósitos a plazo con distintas instituciones financieras, fondos mutuos de renta fija de corto plazo. Estas inversiones están contabilizadas como efectivo y equivalentes al efectivo y en inversiones mantenidas hasta su vencimiento.

Los instrumentos de cobertura, principalmente Forward y Swap, son contratados por plazos hasta cinco años solo con instituciones bancarias.

Con el fin de disminuir el riesgo de contraparte, y que el riesgo asumido sea conocido y administrado por la Sociedad, se diversifican las inversiones con distintas instituciones bancarias. De esta manera, la Sociedad evalúa la calidad crediticia de cada contraparte y los niveles de inversión, basada en: (i) su clasificación de riesgo y (ii) el tamaño del patrimonio de la contraparte.

3. Riesgo de Liquidez

El riesgo de liquidez corresponde a la incapacidad que puede enfrentar la sociedad en cumplir, en tiempo y forma, con los compromisos contractuales asumidos con sus proveedores e instituciones financieras.

La principal fuente de liquidez de la compañía son los flujos de efectivo provenientes de sus actividades operacionales. Además, la compañía posee líneas de financiamientos no utilizadas, y la capacidad de emitir instrumentos de deuda y patrimonio en el mercado de capitales.

Al 30 de septiembre de 2025, la Compañía tiene CLP\$ 44.080 millones en saldos bancarios, fondos mutuos, depósitos overnight y a plazo. Además de líneas de crédito bancario.

Para mitigar y gestionar el riesgo de liquidez, la compañía monitorea en forma mensual y anual, mediante flujos de caja proyectados, la capacidad de ésta para financiar su capital de trabajo, inversiones futuras y sus vencimientos de deuda.

4. Riesgo de Precio de Materia Prima

La Compañía utiliza aproximadamente 60% de uvas y vino a granel propio, por lo que igualmente depende de viñedos externos para su abastecimiento. Las uvas o vinos que compra a productores externos están sujetas a fluctuaciones de oferta, precio y calidad. La interrupción de oferta o aumento de precios podrían afectar negativamente al Grupo.

CAP. 12

Tablas Financieras

Periodo	2025	2024
Activos corrientes totales	855.022.102	849.575.742
Pasivos Corrientes totales	516.904.595	505.542.137
Liquidez Corriente	1,65	1,68
Activos corrientes totales - Inventarios, corrientes	382.352.088	412.983.496
Pasivos Corrientes totales	516.904.595	505.542.137
Razón Ácida	0,74	0,82
Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes - Efectivo y Equivalente de efectivo	460.153.456	447.893.190
Patrimonio total	858.321.489	824.892.308
Razón de Endeudamiento	0,54	0,54
Pasivos Corrientes totales	516.904.595	505.542.137
Total Pasivos	893.625.187	893.876.762
Proporción Deuda Corriente	57,84%	56,56%
Total de Pasivos no Corrientes	376.720.592	388.334.625
Total Pasivos	893.625.187	893.876.762
Proporción Deuda No Corriente	42,16%	43,44%
Ganancia Bruta + Costos de distribución + Gastos de administración + Depreciación + Amortización	155.080.461	143.428.752
Costo Financiero Anualizado	21.979.318	23.561.382
Cobertura de Costos Financieros	7,06	6,09
Activos corrientes totales	855.022.102	849.575.742
Total de Activos no Corrientes	896.924.574	869.193.328
Total de Activos	1.751.946.676	1.718.769.070
Costo de ventas	429.445.093	413.099.865
Inventario Promedio	454.631.130	442.146.944
Rotación de Inventarios	0,94	0,93
Inventario Promedio	454.631.130	442.146.944
Costo de ventas	429.445.093	413.099.865
Permanencia de Inventarios	1,06	1,07
Días del periodo en medición	272	272
Rotación de Inventarios	0,94	0,93
Permanencia de Inventarios	288	291

Periodo	2025	2024
Ganancia Neta Anualizada	79.352.517	70.456.569
Patrimonio Neto Promedio	841.606.899	802.931.148
Rentabilidad del Patrimonio	9,43%	8,77%
Ganancia Neta Anualizada	79.352.517	70.456.569
Activos Promedio	1.396.806.358	1.356.954.102
Rentabilidad del Activo	5,68%	5,19%
Resultado Operacional	119.072.896	108.266.732
Activos Operacionales Promedio	1.136.706.741	1.109.113.807
Rendimiento de Activos Operacionales	10,48%	9,76%
Utilidad por Acción	71,70	70,84
Pesos por acción pagados en los últimos doce meses	42,40	23,35
Precio Acción al cierre	1.054,00	1.106,80
Retorno de Dividendos	4,02%	2,11%