

PRESS RELEASE

10  
26

VIÑA CONCHA Y TORO  
— FAMILY OF WINERIES —

# Índice

CAPÍTULO 01

**Summary**

CAPÍTULO 02

**Comentarios del CEO**

CAPÍTULO 03

**Resultados 1Q26**

CAPÍTULO 04

**Estado de Resultados**

CAPÍTULO 05

**Estado de Situación Financiera al 31 de marzo de 2026**

**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

Miércoles 6 de mayo, 11:00 h.

### Contacto:

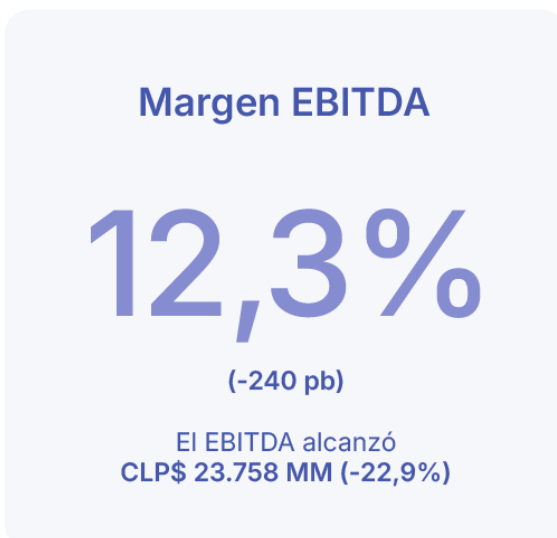
**Daniela Lama**

**Head of Investor Relations**

daniela.lama@conchaytoro.cl

conchaytoro-ir@conchaytoro.cl

CAPÍTULO 01  
**Summary**



## CAPÍTULO 02

# Comentarios del CEO

El primer trimestre de 2026 ha sido un periodo de ejecución disciplinada en un entorno global desafiante, donde Viña Concha y Toro ha mantenido una trayectoria sólida, priorizando la rentabilidad y el valor de nuestras marcas estratégicas.

## Desempeño Comercial y Resiliencia en Divisas

Es fundamental destacar la fortaleza de nuestra operación internacional: la facturación en dólares en los mercados de exportación (excluyendo EE.UU.) registró un crecimiento del 5,8%. Aunque el menor tipo de cambio convirtió este avance en una variación de -2,2% en pesos chilenos, el dato subyacente confirma la solidez de la demanda por nuestro portafolio en los mercados externos.

En el mercado local, a pesar de una caída de 1,5% en la facturación de vino, logramos un incremento del 4,1% en el precio promedio, en línea con nuestra ruta de valor.

## Racionalización Estratégica y Premiumización

Estamos ejecutando con decisión un proceso de racionalización de nuestro portafolio, que es parte de la estrategia de premiumización que comenzamos a principios del 2018 y que reafirmamos a finales del 2022, a la luz de los cambios de tendencias que la compañía previó anticipadamente, lo que conlleva una pérdida planificada de volumen en segmentos de menor valor.

Este enfoque nos ha permitido seguir creciendo en nuestro mix, donde las ventas de vinos Premium y Superiores representaron el 53,7% de los ingresos consolidados. En este contexto, destaca la resiliencia del Universo de Casillero del Diablo, que logró mantener sus volúmenes planos en un mercado en declive.

## Mejoría en Costos y Gastos:

En línea con lo informado, la Compañía ha ido avanzando en un proceso relevante de optimización de su estructura de costos y gastos, centrado en la simplificación del negocio, la racionalización del portafolio y la mejora de la eficiencia operativa.

Estas medidas forman parte de un programa de eficiencias estructurales que permitirá capturar ahorros estimados en aproximadamente CLP\$28.000 millones hacia finales del 2027, fortaleciendo la capacidad de generación de valor y la resiliencia del negocio en un entorno de mayor presión de costos.

Ya en este trimestre, las iniciativas de eficiencia permitieron que los costos explicaran el 61,2% de las ventas, tendencia que esperamos se profundice gracias a los resultados de esta cosecha.

## Eficiencia y Potencial de la Vendimia 2026

Uno de los puntos más relevantes de este periodo es el resultado de nuestra vendimia. Hemos alcanzado cifras históricas de rendimientos y volúmenes propios, con una calidad de uva excepcional.

- Este éxito operativo tendrá un impacto directo y positivo en nuestra estructura de costos, lo que permitirá una disminución significativa de los costos operativos durante el segundo semestre.

## Visión de Futuro: Perspectivas y Desafíos

Miramos el resto del año con optimismo, apoyados en una hoja de ruta clara:

1. *Crecimiento Geográfico:* Para el resto de 2026, proyectamos crecimientos fuertes en los mercados de América Latina, Europa, Asia y Canadá. Estos mercados están respondiendo positivamente a nuestra estrategia de marcas premium y son la base de nuestra confianza para apuntar a un crecimiento de un dígito este año.
2. *Incertidumbre en Estados Unidos:* Este mercado representa actualmente nuestra mayor incertidumbre operativa, dado que se encuentra en un período crítico de transición de distribuidores. Este proceso, complejo y de gran escala, está reconfigurando la presencia de las compañías en dicho mercado. En este marco, nos encontramos atravesando una transición compleja, cuyos efectos están siendo monitoreados de cerca a medida que la nueva estructura avanza hacia su estabilización.
3. *Expansión del Portafolio:* La adquisición estratégica de Maison Mirabeau en Francia nos posiciona con fuerza en la categoría de Rosé Premium, mientras que la creación de Viña Amelia potencia nuestra oferta de alta gama en Chardonnay y Pinot Noir, alineándose con la búsqueda de frescura de los consumidores actuales.

En resumen, estamos viendo mejores perspectivas para el segundo trimestre y mantenemos nuestra ruta de eficiencia y valor.

Eduardo Guilisasti  
CEO Viña Concha y Toro

CAPÍTULO 03

## Resultados 1Q26

### Venta Consolidada

Ventas (Millones de CLP\$)	1Q26	1Q25	Var (%)
<i>Mercados de Exportación <sup>(1)</sup></i>	131.805	134.761	(2,2%)
<i>Chile</i>	20.828	21.144	(1,5%)
<i>EE.UU.</i>	25.367	37.436	(32,2%)
<b>Vino</b>	<b>178.000</b>	<b>193.341</b>	<b>(7,9%)</b>
<b>Cervezas y Licores <sup>(2)</sup></b>	<b>9.973</b>	<b>11.356</b>	<b>(12,2%)</b>
<b>Otros no líquidos <sup>(3)</sup></b>	<b>4.640</b>	<b>4.281</b>	<b>8,4%</b>
<b>Total Ventas</b>	<b>192.613</b>	<b>208.978</b>	<b>(7,8%)</b>

Volumen (miles de C9L)	1Q26	1Q25	Var (%)
<i>Mercados de Exportación <sup>(1)</sup></i>	4.101	4.199	(2,3%)
<i>Chile</i>	1.135	1.200	(5,4%)
<i>EE.UU.</i>	615	880	(30,1%)
<b>Vino</b>	<b>5.851</b>	<b>6.279</b>	<b>(6,8%)</b>
<b>Cervezas y Licores <sup>(2)</sup></b>	<b>588</b>	<b>683</b>	<b>(13,9%)</b>
<b>Total Volumen</b>	<b>6.439</b>	<b>6.962</b>	<b>(7,5%)</b>

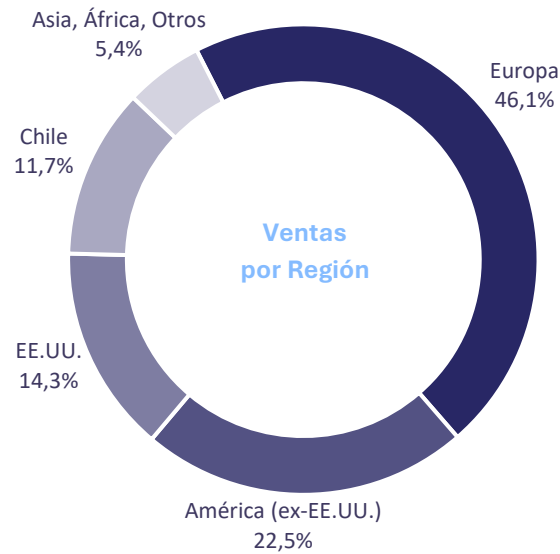
Precio promedio (por C9L)		1Q26	1Q25	Var (%)
Mercados de Exportación	US\$	36,2	33,4	8,3%
Chile Vino	CLP\$	18.354	17.627	4,1%
EE.UU.	US\$	46,4	44,3	4,6%

(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 1Q26



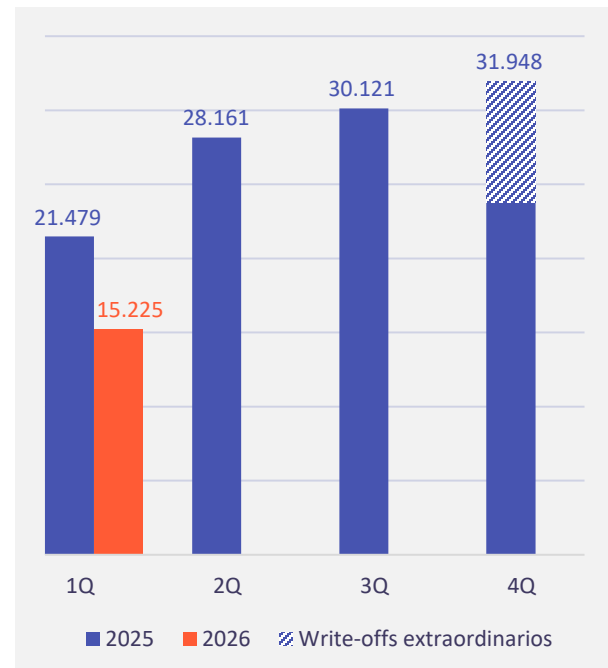
## Evolución por trimestre:

(cifras en millones de CLP\$)

### Ventas Consolidadas



### Resultado Operacional (EBIT)\*



(\*) CLP\$31.948 millones en 4Q25 excluye castigos extraordinarios por CLP\$8.188 millones.

## 1. Ingresos de actividades ordinarias

En el primer trimestre de 2026, el volumen consolidado registró una caída interanual de 7,5%. No obstante, la facturación en dólares se mantuvo plana respecto de 1Q25, impulsada por un mayor precio promedio dólar en los Mercados de Exportación y Estados Unidos. Al convertir estas ventas a pesos chilenos, el efecto adverso del tipo de cambio, que pasó de 960,73 en 1Q25 a 890,59 en 1Q26, se tradujo en ingresos de CLP\$192.613 millones, lo que representa una disminución de 7,8% en comparación con el mismo período del año anterior.

El segmento Vino, que representa sobre el 92% de las ventas consolidadas, registró una caída de 6,8% en volumen y 7,9% en valor YoY.

A nivel de mercados, destacan Brasil y México, los cuales crecen 19,5% y 14,6% respectivamente en valor. 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 53,7% de las ventas totales, un incremento de 140 pb contra 1Q25. Entre los desempeños más destacados seguimos encontrando a Diablo, con un crecimiento de 9,4%.

Durante el trimestre, el precio promedio consolidado en pesos chilenos registró una disminución, explicado principalmente por efecto tipo de cambio. No obstante, en términos de dólares se observaron incrementos de 8,3% en los Mercados de Exportación y de 4,6% en Estados Unidos. A nivel local, el segmento Chile Vino mostró un aumento de 4,1% en pesos chilenos.

### 1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de la compañía en los Mercados de Exportación aumentaron 5,8% en dólares, impulsadas por un precio promedio/mix más favorable (+8,3%), lo que compensó la disminución de volúmenes de 2,3%. Sin embargo, al convertir a pesos chilenos, la facturación registró una caída de 2,2%, alcanzando CLP\$131.805 millones, afectada por el impacto negativo del tipo de cambio.

En Europa las ventas fueron 2,1% menores YoY, explicadas, mayoritariamente, por la caída de 4,6% en Reino Unido. Esto se explica por una disminución de volúmenes de 4,0%, afectando principalmente a las marcas Casillero del Diablo e Isla Negra. Por otro lado, el resto de Europa tuvo alzas en valor de 4,7% que contrarrestaron, en parte, la caída de Reino Unido.

En Asia, las ventas cayeron 21,2% en valor, por menores ventas en Japón, que disminuye 34,1%, por desfases de compras, y China, que cae 13,4%. Al contrario, en Corea del Sur se observa un alza de 3,1%, donde destacamos el desempeño de Don Melchor y Bicicleta.

En América Latina, el alza en ventas fue de 5,2%, impulsadas mayoritariamente por Brasil (+19,5%) y México (+14,6%). En Brasil, las categorías Principal + Invest crecen 26,0%, donde las marcas Casillero del Diablo y Marques de Casa Concha fueron las más significativas.

En Canadá, las ventas crecieron 6,5% en valor, donde la categoría Principal tuvo un alza de 50,9%.

Con respecto al impacto cambiario es importante resaltar las ventajas de la diversificación de monedas con las que opera la compañía. El efecto total en el 1Q26 fue que el peso chileno se depreció un 1,7% frente a nuestra canasta de monedas de facturación, frente a la variación del dólar que fue 7,3%. A mayor detalle, tomando las principales monedas, el peso chileno se depreció respecto del peso mexicano (7,2%), el real brasileño (3,1%) y del euro (2,9%). Por otro lado, se apreció respecto de la libra (1,4%) y del dólar (7,3%)<sup>1</sup>.

## 1.2. Chile

En el mercado doméstico de Chile la venta de vino decreció 1,5% en valor, llegando a CLP\$20.828 millones. Se observó una mejora en el mix premium, lo cual permitió mostrar un alza de 4,1% en el precio promedio.

Las categorías de marcas prioritarias Principal e Invest, crecieron 2,5%. Aquí se destacan las marcas Diablo, Terrunyo, Casillero del Diablo Devils Carnaval, Carmin de Peumo y Amelia, que crecen a dos dígitos.

En volúmenes de vino, vemos una caída de 5,4%, 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 13,9% en volumen y 12,2% 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.

## 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.

En el contexto de los desafíos que enfrenta la industria y los cambios en los esquemas de distribución —particularmente tras la salida de uno de los actores más relevantes—, el desempeño en Estados Unidos requiere un análisis específico, dado el proceso de ajustes que atraviesa el mercado.

---

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

Durante el trimestre se registraron ajustes de inventarios asociados a disrupciones en la distribución, junto con un desfase temporal que favoreció la base comparativa de 2025 y afectó negativamente la de 2026. Se espera que este efecto se normalice gradualmente a lo largo del año.

Dado lo anterior, la venta cayó 32,2% en facturación, llegando a CLP\$25.367 millones. Esto se explica por volúmenes un 30,1% más bajos YoY, principalmente por marcas masivas no premium, y por un efecto tipo de cambio negativo, lo cual no logra ser contrarrestado por el incremento de 4,6% en el precio promedio/mix en dólares.

## 2. Costo de Ventas

El costo de venta alcanzó CLP\$117.883 millones, 8,2% inferior a la cifra del 1Q25, explicado, en su mayoría, por el menor volumen del periodo. En términos unitarios, el costo cayó 0,7% YoY, lo que se explica por eficiencias realizadas en los costos directos de la operación, en costos de insumos y a un efecto tipo de cambio positivo.

Durante este trimestre, se registraron CLP\$621 millones por pagos de aranceles en EE.UU., los cuales fueron cero el año pasado dado que el cobro de estos empezó en abril del 2025.

El costo total contiene CLP\$193 millones de castigos, principalmente por mermas de inventarios, los cuales se separarán en el Estado de Resultados para mayor entendimiento, que corresponden a costos que no generan flujo. En 1Q25 estos castigos ascendieron a CLP\$1.152 millones y corresponden degradaciones de vino, obsolescencias y mermas de inventario.

La ratio costo de ventas sobre ventas alcanza un 61,2%, 20 pb inferior con respecto al 61,4% observado en el 1Q25, reflejando eficiencias realizadas en estas líneas.

## 3. Ganancia Bruta y Margen Bruto

La ganancia bruta del periodo alcanzó CLP\$74.730 millones, un 7,3% menor a la ganancia del 1Q25, que totalizó CLP\$80.589 millones. El margen bruto alcanzó 38,8%, 20 pb sobre la cifra del mismo periodo de 2025.

Sin considerar los castigos de vino, la ganancia bruta ajustada alcanzó CLP\$74.924 millones, un 8,3% menor a la ganancia bruta ajustada del 1Q25, que alcanzó CLP\$81.741 millones. El margen bruto ajustado fue de 38,9% (-20 pb).

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

Los gastos de administración y venta (costos de distribución + gastos de administración) fueron CLP\$58.767 millones en el periodo, 2,0% superior a la cifra de CLP\$57.611 millones registrada en el 1Q25. En este periodo los GAV se vieron principalmente impactados por un incremento de CLP\$984 millones relacionados a la consolidación de Beer Garden (Kross Bar). En 2025, y en años anteriores, se tomaba como empresa asociada y sus resultados no impactaban directamente en los gastos operacionales. A esto hay que sumarle mayores gastos por el nuevo Centro del Vino en Pirque e indemnizaciones. Así, la ratio GAV sobre ventas alcanza 30,5%, 290 pb superior a la ratio del 1Q25.

Este monto contiene un castigo por CLP\$43 millones, el cual se separará en el Estado de Resultados, que corresponden, principalmente, a mermas y obsolescencias de productos. En 1Q25 este monto alcanzó CLP\$340 millones por provisiones de obsolescencias de inventario. Estos gastos no generan flujos.

#### 5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos fueron de CLP\$279 millones en 1Q26, un decrecimiento interanual de 11,5% al compararse con los CLP\$316 millones del 1Q25. Esta caída está explicada, principalmente, debido a que en 1Q25 se registró una mayor indemnización asociada a insumos.

Otros gastos sumaron CLP\$1.018 millones este trimestre, un 43,9% inferior al mismo periodo del año pasado, el cual fue de CLP\$1.815 millones. Este monto contiene un castigo por CLP\$333 millones, el cual se separará en el Estado de Resultados, que corresponden a pérdidas por un evento climático en Argentina. Los castigos en 1Q25 totalizaron CLP\$919 millones, los cuales se explican principalmente por 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.

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 y Margen Operacional

Las ganancias de actividades operacionales alcanzaron CLP\$15.225 millones, un 29,1% bajo la cifra registrada en el mismo trimestre del 2025, que alcanzó CLP\$21.479 millones. El margen operacional fue 7,9% en el trimestre, una caída de 240 pb.

Si excluimos los castigos señalados, el Resultado Operacional hubiese alcanzado CLP\$15.794 millones, un 33,9% bajo la cifra del 1Q25 con castigos excluidos, que totalizó CLP\$23.890 millones. Así, el margen EBIT ajustado fue de 8,2% (-320 pb).

## 7. EBITDA y Margen EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización, incluyendo los castigos que no generan flujo) fue de CLP\$23.758 millones en 1Q26, 22,9% inferior a la cifra del 1Q25 que totalizó CLP\$30.818 millones. El margen EBITDA fue de 12,3% (-240 pb).

## 8. Resultado No Operacional

En 1Q26 la compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$3.481 millones, un 19,6% inferior a la pérdida de CLP\$4.330 millones en 1Q25. Esto se explica, en gran medida, por una diferencia de cambio positiva en el trimestre, que totalizó CLP\$488 millones, la cual se compara con una diferencia de cambio negativa en 1Q25, que alcanzó CLP\$135 millones.

Los ingresos financieros fueron CLP\$902 millones en 1Q26, 32,9% inferior a la cifra de CLP\$1.345 millones registrada en 1Q25. Esto se explica, en su mayoría, por menores tasas de interés en las colocaciones en nuestra filial Argentina.

Los gastos financieros cayeron un 10,0% contra el 1Q25, alcanzando CLP\$4.723 millones. Esto se explica principalmente por menores tasas de interés.

El resultado en la participación de empresas asociadas y negocios conjuntos fue una pérdida de CLP\$104 millones en 1Q26, un 75,2% inferior a la pérdida obtenida en 1Q25, que alcanzó CLP\$420 millones.

## 9. Gasto por Impuestos a las Ganancias

En el período, el gasto por impuesto a las ganancias fue de CLP\$2.697 millones, 15,5% bajo la cifra de CLP\$3.190 millones en 1Q25, debido, mayormente, al menor resultado obtenido y, además, a que la tasa de impuesto efectiva del periodo fue 440 pb superior a la del 1Q25.

## 10. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue CLP\$8.779 millones, una caída de 36,3% respecto a los CLP\$13.783 millones reportados en 1Q25. El margen neto fue 4,6% (-200 pb).

En base a las 739.010.000 acciones suscritas en circulación<sup>2</sup> al 31 de marzo de 2026, la ganancia por acción de Viña Concha y Toro totalizó en CLP\$11,9, un 36,3% inferior de los CLP\$18,7 por acción registrados en el mismo trimestre del año anterior, explicado por una caída de la utilidad neta.

---

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

CAPÍTULO 04

## Estado de Resultados

(miles de CLP\$)	1Q26	1Q25	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	192.613.199	208.977.832	(7,8%)
Costo de ventas	(117.689.292)	(127.236.582)	(7,5%)
Castigos vino (Write-off)	(193.479)	(1.151.959)	(83,2%)
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>74.730.428</b>	<b>80.589.291</b>	<b>(7,3%)</b>
<b>Margen Bruto</b>	<b>38,8%</b>	<b>38,6%</b>	<b>20 pb</b>
Otros ingresos	279.315	315.763	(11,5%)
Costos de distribución	(46.619.258)	(44.874.908)	3,9%
Gastos de administración	(12.105.185)	(12.396.547)	(2,4%)
Otros gastos, por función	(684.384)	(895.826)	(23,6%)
Castigos (Write-off)	(376.211)	(1.258.535)	(70,1%)
<b>Ganancias de Actividades Operacionales</b>	<b>15.224.705</b>	<b>21.479.238</b>	<b>(29,1%)</b>
<b>Margen Operacional</b>	<b>7,9%</b>	<b>10,3%</b>	<b>(240 pb)</b>
Ingresos financieros	902.376	1.344.697	(32,9%)
Gastos financieros	(4.723.135)	(5.246.641)	(10,0%)
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	(104.370)	(420.310)	(75,2%)
Diferencias de cambio	487.533	(135.284)	(460,4%)
Resultados por unidades de reajuste	(43.205)	127.106	(134,0%)
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(3.480.801)</b>	<b>(4.330.432)</b>	<b>(19,6%)</b>
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	11.743.904	17.148.806	(31,5%)
Gasto por impuestos a las ganancias	(2.697.041)	(3.190.231)	(15,5%)
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>9.046.863</b>	<b>13.958.575</b>	<b>(35,2%)</b>
(Ganancia) pérdida, atribuible a participaciones no controladoras	267.427	175.108	52,7%
<b>Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>8.779.436</b>	<b>13.783.467</b>	<b>(36,3%)</b>
<b>Margen Neto</b>	<b>4,6%</b>	<b>6,6%</b>	<b>(200 pb)</b>
<b>Ganancia (pérdida) por acción *</b>	<b>11,9</b>	<b>18,7</b>	<b>(36,3%)</b>
Gastos por depreciación	6.771.494	6.161.549	9,9%
Gastos por amortización	1.191.971	767.066	55,4%
<b>EBITDA **</b>	<b>23.757.860</b>	<b>30.818.347</b>	<b>(22,9%)</b>
<b>Margen EBITDA**</b>	<b>12,3%</b>	<b>14,7%</b>	<b>(240 pb)</b>

\* Número de acciones suscritas en 1Q25 y 1Q26 es de 739.010.000.

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

CAPÍTULO 05

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

(Miles de CLP\$)	Mar. 31, 2026	Dic. 31, 2025	Var (%)
<b>Activos</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	130.754.072	57.270.659	128,3%
Inventarios, corrientes	461.814.770	403.966.665	14,3%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	259.585.325	302.890.197	(14,3%)
Activos biológicos, corrientes	5.881.909	33.217.649	(82,3%)
Otros activos, corrientes	36.827.823	47.144.688	(21,9%)
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>894.863.899</b>	<b>844.489.858</b>	<b>6,0%</b>
Propiedades, plantas y equipos	550.167.277	543.138.741	1,3%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	37.679.668	37.582.684	0,3%
Otros activos, no corrientes	318.787.717	311.945.221	2,2%
<b>Activos no corrientes totales</b>	<b>906.634.662</b>	<b>892.666.646</b>	<b>1,6%</b>
<b>Total Activos</b>	<b>1.801.498.561</b>	<b>1.737.156.504</b>	<b>3,7%</b>
<b>Pasivos</b>			
Otros pasivos financieros, corrientes	268.317.962	172.514.408	55,5%
Otros pasivos, corrientes	277.709.918	289.838.645	(4,2%)
<b>Pasivos corrientes totales</b>	<b>546.027.880</b>	<b>462.353.053</b>	<b>18,1%</b>
Otros pasivos financieros, no corrientes	275.397.605	312.256.681	(11,8%)
Otros pasivos, no corrientes	94.686.756	96.472.004	(1,9%)
<b>Pasivos no corrientes totales</b>	<b>370.084.361</b>	<b>408.728.685</b>	<b>(9,5%)</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>916.112.241</b>	<b>871.081.738</b>	<b>5,2%</b>
<b>Patrimonio</b>			
Capital emitido	74.030.880	74.030.880	0,0%
Ganancias acumuladas	793.131.392	784.351.956	1,1%
Otras reservas	10.066.317	(52.620)	(19230,2%)
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>877.228.589</b>	<b>858.330.216</b>	<b>2,2%</b>
Participaciones no controladoras	8.157.731	7.744.550	5,3%
<b>Total Patrimonio</b>	<b>885.386.320</b>	<b>866.074.766</b>	<b>2,2%</b>
<b>Total Pasivos y Patrimonio</b>	<b>1.801.498.561</b>	<b>1.737.156.504</b>	<b>3,7%</b>

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

## Estado de situación financiera al 31 de marzo de 2026

### 1. Activos

Al 31 de marzo de 2026, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron en CLP\$1.801.499 millones, un 3,7% superior a la cifra reportada al 31 de diciembre de 2025.

### 2. Pasivos

Al 31 de marzo de 2026, la deuda financiera neta con derivados relacionados totalizó en CLP\$333.234 millones, 3,6% bajo la cifra al 31 de diciembre de 2025. La ratio DFN/EBITDA fue 2,11x.

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.