

The background of the entire page is a silhouette of a grapevine with clusters of grapes, set against a sky transitioning from a deep purple at the top to a warm orange and yellow at the bottom, suggesting a sunset or sunrise.

PRESS RELEASE

2026

VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —

Índice

CAPÍTULO 01

Aspectos destacados

CAPÍTULO 02

Comentarios del Gerente General

CAPÍTULO 03

Resultados 2Q26

CAPÍTULO 04

Resultados 1H26

CAPÍTULO 05

Estado de Resultados

CAPÍTULO 06

Estado de Situación Financiera al 30 de junio de 2026

Comunicado de Resultados (*)

Viña Concha y Toro

(*) Las cifras consolidadas presentadas en el siguiente análisis están expresadas en pesos chilenos, de acuerdo con las normas de información establecidas por la Comisión para el Mercado Financiero de Chile ("CMF"). Debido a redondeos, las cifras presentadas a lo largo de este documento podrían no sumar exactamente los totales indicados, y los porcentajes podrían no reflejar con precisión las cifras absolutas.

Presentación de Resultados

Miércoles 5 de agosto, 11:00 a.m.
(hora de Chile)

[Registro](#)

Contacto Inversionistas:

Claudia Cavada

Gerente de Relación con Inversionistas

claudia.cavada@conchaytoro.cl
conchaytoro-ir@conchaytoro.cl

Acerca de Viña Concha y Toro

Fundada en 1883, Viña Concha y Toro es la principal viña de Latinoamérica y una de las compañías vitivinícolas más grandes del mundo. Con más de 12.000 hectáreas de viñedos distribuidas en Chile, Argentina, Estados Unidos y recientemente Francia, el portafolio de vinos de la Compañía incluye marcas icónicas como Don Melchor, Almaviva (joint venture con Baron Philippe de Rothschild), su marca emblemática Casillero del Diablo, Trivento de Argentina, las marcas Bonterra de California y Maison Mirabeau de Francia.

Declaraciones Prospectivas

Este documento puede contener declaraciones prospectivas sobre la situación financiera, los resultados de las operaciones y los negocios de la Compañía, así como sobre planes y objetivos específicos relacionados con estas materias. Las declaraciones prospectivas son manifestaciones de las intenciones, creencias o expectativas de Viña Concha y Toro y su administración respecto de los resultados futuros de la Compañía. Por su naturaleza, estas declaraciones implican riesgos e incertidumbres, ya que se refieren a hechos y circunstancias futuras.

CAPÍTULO 01

Aspectos destacados

2Q26



VENTA CONSOLIDADA

CLP\$ 233.282 M

-4,7% a/a

VOLUMEN DE VINO

7.622 Miles de C9L

-1,8% a/a



EBITDA

CLP\$ 35.161 M

-5,5% a/a

MARGEN EBITDA

15,1%

-10 pb



UTILIDAD NETA

CLP\$ 19.407 M

+2,1% a/a

MARGEN NETO

8,3%

+60 pb

1H26



VENTA CONSOLIDADA

CLP\$ 425.895 M

-6,2% a/a

VOLUMEN DE VINO

13.473 Miles de C9L

-4,0% a/a



EBITDA

CLP\$ 58.919 M

-13,4% a/a

MARGEN EBITDA

13,8%

-120 pb



UTILIDAD NETA

CLP\$ 28.186 M

-14,0% a/a

MARGEN NETO

6,6%

-60pb

M: Millones

CAPÍTULO 02

Comentarios del Gerente General

El segundo trimestre de 2026 reflejó una mejoría relevante en el desempeño de nuestro negocio respecto de las cifras vistas al inicio del año. Lo anterior quedó de manifiesto en que, pese a la apreciación del peso chileno, en el segundo trimestre las ventas moderaron su caída interanual a un dígito medio, mientras que la utilidad neta y utilidad neta por acción aumentaron en 2,1% y 6,1%, respectivamente. Esto refleja nuestro continuo foco en rentabilidad, ejecución disciplinada y rigurosas iniciativas de control de costos y gastos en la compañía. Esperamos que esta tendencia de mejoría persista en los trimestres siguientes y tenemos confianza en que la segunda parte de 2026 mostrará resultados más sólidos que 2025, pese al desafiante entorno global que enfrentamos.

En el período, el desempeño por mercado fue mixto. Por una parte, en Brasil se profundizaron los resultados positivos durante el trimestre, apoyados en una sólida ejecución comercial y una demanda sostenida, reflejándose en un crecimiento de la venta a doble dígito. México también se mantuvo con un alto desempeño, respaldado por precios y mix favorables, y por la continua expansión de nuestro portafolio, dada una positiva respuesta de los consumidores a nuestra proposición. Estos resultados favorables en Latinoamérica ayudaron a compensar en buena parte el proceso de normalización en curso en Estados Unidos, donde una transición en la distribución generó disrupciones durante el 1Q26 y continuó afectando nuestros despachos durante el 2Q26, aunque en una menor medida. Cabe notar que la demanda subyacente de nuestras marcas en EE.UU. es saludable, con *depletions* estabilizadas en el 2Q26 y nuestras marcas prioritarias que crecieron a doble dígito. Estas señales de normalización en la distribución e inventarios nos permiten esperar crecimiento para la segunda mitad del año.

Un aspecto destacado del trimestre fue la capacidad que mostró la empresa para ajustarse en un escenario de disminución del volumen, lo que le permitió retornar a un margen bruto de 40%. Los costos y gastos operacionales tuvieron un efectivo control, como resultado de planes de eficiencia continua. Por el lado del costo del vino, un desarrollo particularmente positivo durante el período fue la finalización de la vendimia 2026 en Chile. Alcanzamos excelentes resultados en términos de volumen, calidad y costos de producción, favorecidos por mejoras operacionales implementadas en nuestros viñedos y bodegas. Esto se irá reflejando en los próximos trimestres.

Hacia adelante, mantenemos una perspectiva positiva para el resto de 2026. Mientras que seguimos atentos a la evolución del entorno económico global, nos alienta la mejora progresiva observada durante el año, gracias a una estrategia enfocada en fortalecer nuestro portafolio actual, mejorar las eficiencias operacionales y aumentar el valor de largo plazo de nuestras marcas.

Eduardo Guilisasti
CEO Viña Concha y Toro

CAPÍTULO 03

Resultados 2Q26

Ventas Consolidadas

Ventas (Millones de Ch\$)	2Q26	2Q25	Var (%)	1H26	1H25	Var (%)
<i>Mercados de Exportación</i> ⁽¹⁾	166.720	173.691	-4,0%	298.525	308.453	-3,2%
<i>Chile</i>	27.326	27.194	0,5%	48.154	48.338	-0,4%
<i>EE.UU.</i>	28.174	32.739	-13,9%	53.541	70.175	-23,7%
Vino	222.220	233.624	-4,9%	400.220	426.966	-6,3%
Cervezas y Licores	6.670	8.748	-23,8%	16.643	20.104	-17,2%
Otros Productos y Servicios ⁽²⁾	4.391	2.458	78,6%	9.031	6.739	34,0%
Total Ventas	233.282	244.831	-4,7%	425.895	453.809	-6,2%

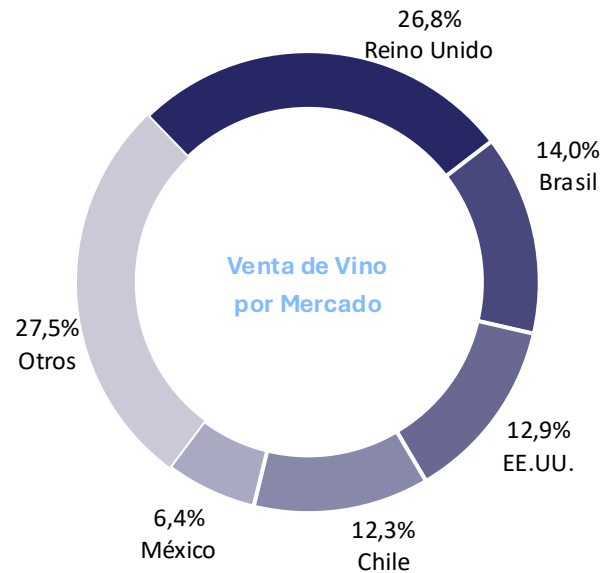
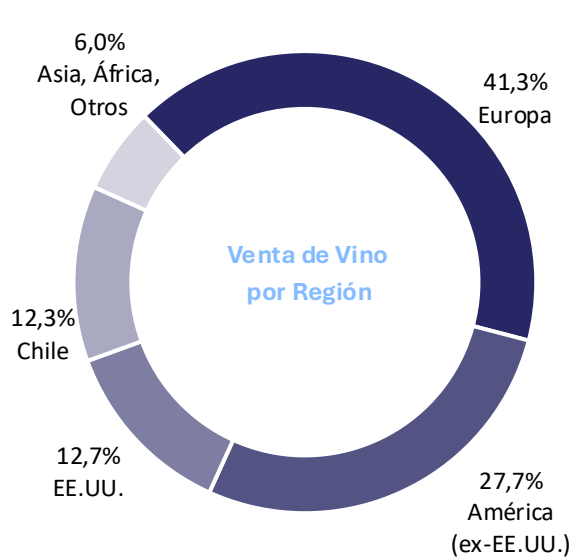
Volumen (miles de C9L)	2Q26	2Q25	Var (%)	1H26	1H25	Var (%)
<i>Mercados de Exportación</i> ⁽¹⁾	5.377	5.452	-1,4%	9.478	9.651	-1,8%
<i>Chile</i>	1.543	1.547	-0,3%	2.678	2.746	-2,5%
<i>EE.UU.</i>	702	760	-7,6%	1.317	1.640	-19,7%
Vino	7.622	7.758	-1,8%	13.473	14.037	-4,0%
Cervezas y Licores	404	499	-18,9%	993	1.182	-16,0%
Total Volumen	8.026	8.257	-2,8%	14.465	15.219	-5,0%

Precio promedio (por C9L)	2Q26	2Q25	Var (%)	1H26	1H25	Var (%)
<i>Mercados de Exportación</i> US\$	34,5	33,7	2,4%	35,2	33,5	4,9%
<i>Chile Vino</i> Ch\$	17.712	17.580	0,7%	17.984	17.601	2,2%
<i>EE.UU.</i> US\$	44,6	45,6	-2,1%	45,4	44,9	1,2%

(1) Incluye exportaciones a terceros desde Chile, Argentina y Estados Unidos, así como ventas domésticas en Argentina. Excluye exportaciones desde Chile y Argentina a Estados Unidos, que se incluyen bajo EE.UU.

(2) “Otros Productos y Servicios” incluye materiales, insumos y merchandising, así como servicios enológicos, de embotellado y otros servicios relacionados prestados a clientes.

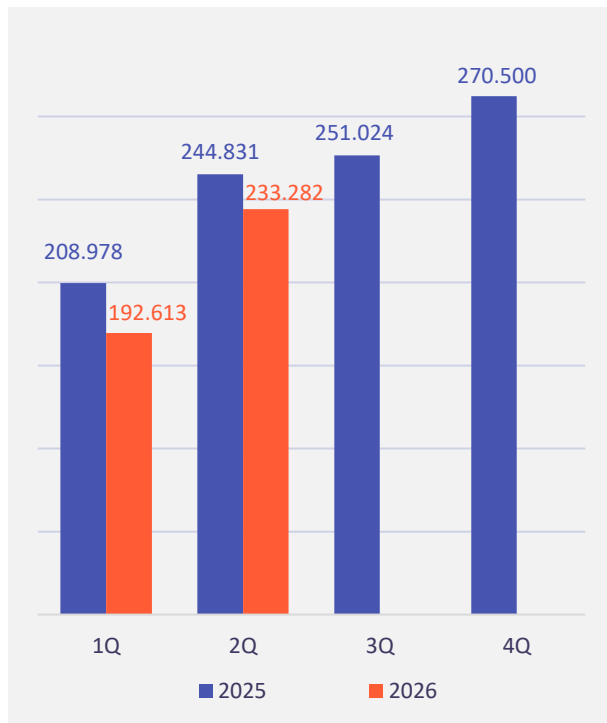
Ventas de Vino 2Q26



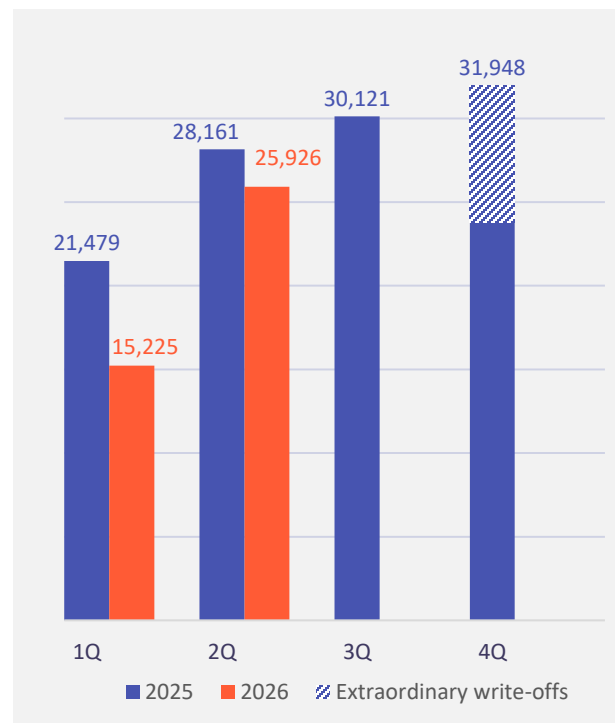
Evolución trimestral

(millones de CLP\$)

Ventas Consolidadas



Resultado Operacional (EBIT*)



(*) La cifra de CLP\$31.948 millones en 4T25 excluye castigos extraordinarios por CLP\$8.188 millones.

1. Ventas Consolidadas

En el segundo trimestre de 2026, las ventas consolidadas disminuyeron 4,7% a/a en pesos chilenos, como resultado de la combinación entre una baja de 2,8% en volumen, un mayor precio promedio en la mayoría de los segmentos y un impacto negativo por conversión cambiaria. En dólares, las ventas fueron estables, con un aumento de 0,2%.

El segmento Vino, que representó el 95% de las ventas consolidadas, registró una disminución de 1,8% en volumen y de 4,9% en valor. En dólares, las ventas de vino se mantuvieron estables. Brasil y México continúan siendo nuestros mercados de mejor desempeño, con crecimientos de doble dígito, impulsados por una estrategia que iniciamos en 2025, con proposiciones nuevas para esos mercados, y que ya está dando frutos. El mercado doméstico chileno también mostró mejoras, con un crecimiento positivo de ventas, impulsado por las categorías Invest y Protect.

Las categorías Principal e Invest —marcas premium y superiores— representaron el 50,8% de las ventas totales, 350 puntos base por debajo de 2Q25, reflejando principalmente menores ventas de estas marcas en el mercado de Estados Unidos, que enfrenta desafíos de distribución descritos en la sección 1.3 Mercado de Estados Unidos.

Durante el trimestre, el precio promedio del segmento Mercados de Exportación aumentó 2,4% en dólares estadounidenses, mientras que en el mercado doméstico chileno de vinos aumentó 0,7% en pesos chilenos. El precio promedio en el mercado de Estados Unidos disminuyó 2,1% en dólares, principalmente debido a cambios en distribución que afectaron nuestras marcas foco.

1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de la compañía en mercados de exportación aumentaron 1,0% en dólares estadounidenses, como resultado de la combinación de un mayor precio/mix promedio de 2,4% y una disminución de 1,4% en volumen. En pesos chilenos, los ingresos disminuyeron 4,0% hasta CLP\$166.720 millones, reflejando la depreciación del dólar estadounidense frente al peso chileno, de 5,0%.

En Europa, las ventas disminuyeron 8,0% en valor en CLP, principalmente por una caída de 10,9% en volumen y un impacto cambiario negativo. En este mercado se han llevado a cabo alzas de precios, lo que se reflejó en un mayor precio promedio en monedas locales, especialmente en Europa continental (+13,9%) y, en menor medida, en Reino Unido (+1,6%).

En Asia, las ventas disminuyeron 31,1% en valor en CLP, principalmente por caídas en Emiratos Árabes, con una alta base de comparación en 2Q25 por un sólido desempeño de Don Melchor tras haber sido galardonado como el mejor vino del año por Wine Spectator. Asimismo, en Japón, se produjo una baja por diferencias de timing en compras/ajustes de inventario asociados a la nueva instalación de embotellado para nuestros vinos; y en Corea

del Sur, se produjo una baja por ajustes de inventario y disrupciones logísticas/de distribución.

En Latinoamérica, las ventas aumentaron 14,9% en pesos chilenos, impulsadas principalmente por Brasil (+22,4%) y México (+13,5%). En términos de volumen, la región registró un crecimiento promedio de 17,9%. Nuestras marcas Casillero del Diablo y Reservado impulsaron el crecimiento de volumen en las categorías Principal y Protect, que registraron aumentos de 14,3% y 17,1%, respectivamente.

En Canadá, las ventas crecieron 6,0% en valor y 5,5% en volumen, impulsadas por las categorías Principal e Invest desde nuestros tres orígenes productivos.

Respecto del impacto cambiario sobre las ventas en 2Q26, las ventajas de la diversificación de monedas de la compañía se evidencian en un impacto total de -1,4% sobre las ventas consolidadas al comparar el peso chileno con nuestra canasta de monedas de facturación. Al mismo tiempo, el peso chileno se apreció 5,0% frente al dólar estadounidense, 4,4% frente a la libra esterlina y 2,5% frente al euro. Por el contrario, el peso chileno se depreció frente al real brasileño (6,8%) y el peso mexicano (6,6%). La compañía mitiga parcialmente el impacto cambiario mediante coberturas, las que se revelan en la nota 18 de los Estados Financieros.

1.2. Chile

En el mercado doméstico chileno, las ventas de vino aumentaron 0,5% en valor, alcanzando CLP\$27.326 millones, y disminuyeron 0,3% en volumen. El precio promedio aumentó 0,7%, reflejando tendencias positivas de mix.

Las categorías Principal e Invest, que comprenden nuestras marcas prioritarias, crecieron 1,3% en valor y 2,2% en volumen. Las marcas de mejor desempeño fueron Casillero del Diablo, incluyendo Devils Carnaval en la categoría Principal, así como Cono Sur Bicicleta, Don Melchor y Amelia en la categoría Invest, que reportaron tasas de crecimiento de doble dígito.

La categoría Cervezas y Licores registró una disminución de 18,9% en volumen y de 23,8% en valor, en un contexto de condiciones de mercado desafiantes para nuestros productos, especialmente la marca internacional de cerveza Miller. Las marcas Kross y Odissea registraron caídas de un dígito medio.

1.3. Estados Unidos (EE.UU.)

Las ventas en el mercado doméstico de Estados Unidos incluyen las de Bonterra Organic Estates —anteriormente Fetzer Vineyards— y el portafolio importado desde Chile y Argentina, actualmente comercializado por Bonterra Organic Estates.

En Estados Unidos, el mercado ha evolucionado positivamente desde el trimestre anterior, con los desafíos de distribución encaminados hacia la normalización tras la salida de uno de nuestros distribuidores más relevantes. Esta transición se refleja en ajustes de inventario que generaron una disminución en ventas, aunque más moderada que en el primer trimestre. Sin embargo, los *depletions* de nuestros productos —sell-out desde distribuidores— han evolucionado positivamente, lo que constituye una señal de recuperación y anticipa crecimiento futuro en nuestras ventas.

Dado lo anterior, el volumen tuvo una caída de 7,6% y los ingresos disminuyeron 9,7% en dólares y 13,9% en pesos chilenos, alcanzando CLP\$28.174 millones.

2. Costo de Ventas

El costo de ventas totalizó CLP\$139.975 millones, una disminución de 5,5% respecto de 2Q25. En términos unitarios, el costo de ventas tuvo una disminución de 2,6% en pesos, que permitió a la empresa aumentar su margen bruto sobre ventas a 40,0% (+50pb vs 39,5% obtenido en 2Q25).

La reducción del costo de ventas en el trimestre reflejó la implementación exitosa de un nuevo plan de control de costos operacionales directos, materiales secos e insumos, en un contexto de alza del precio del petróleo que afectó transversalmente los costos productivos y logísticos. Asimismo, la baja en costo de ventas capturó una reversa de aranceles pagados anteriormente en EE.UU. y la entrada incipiente de la cosecha 2026, que fue favorable en costos, al costeo contable del vino desde mayo.

El costo total incluyó CLP\$113 millones en castigos, principalmente relacionados con pérdida de vino y mermas de inventarios. Estos castigos se presentan separadamente en el Estado de Resultados para mayor claridad, ya que no generan flujo de caja. En 2Q25, estos castigos totalizaron CLP\$489 millones y estuvieron relacionados con degradación de vino, obsolescencia y mermas de inventario.

El ratio de costo de ventas sobre ventas alcanzó 60,0%, 50 puntos base por debajo del 60,5% observado en el segundo trimestre de 2025, reflejando las eficiencias mencionadas anteriormente.

3. Ganancia Bruta

La ganancia bruta del período alcanzó CLP\$93.306 millones, una disminución de 3,5% respecto de 2Q25, que totalizó CLP\$96.660 millones. Esto se relaciona en primer lugar con la disminución de las ventas. El margen bruto fue de 40,0%, comparado con 39,5% registrado en 2Q25. Esto se relaciona con las eficiencias en costos mencionadas en la sección anterior.

Excluyendo los castigos de vino, la ganancia bruta ajustada alcanzó CLP\$93.419 millones, una disminución de 3,8% respecto de 2Q25, que alcanzó CLP\$97.149 millones. El margen bruto ajustado fue de 40,0%, comparado con 39,7% registrado en 2Q25.

4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y ventas (costos de distribución + gastos de administración) totalizaron CLP\$66.724 millones durante el período, una disminución de 0,8% respecto de los CLP\$67.277 millones registrados en 2Q25. Este monto incluye un castigo de CLP\$39 millones, registrado en el Estado de Resultados y relacionado principalmente con mermas y obsolescencia de insumos. En 2Q25, este monto alcanzó CLP\$192 millones por provisiones de obsolescencia de inventario. Estos gastos no generan flujo de caja. Al excluir castigos, los GAV presentaron una disminución de 0,6%, que se relaciona principalmente con menores gastos publicitarios.

El GAV en 2026 también incorporó un aumento de CLP\$2.239 millones debido a la consolidación de Beer Garden (Kross Bar) y Maison Mirabeau. En el primer caso, en años anteriores, la sociedad se trataba como asociada y sus resultados no se consolidaban a nivel operacional. En el segundo caso, la sociedad fue adquirida e integrada a partir de mayo de 2026.

Como resultado de lo anterior, el ratio de GAV sobre ventas alcanzó 28,6%, 120 puntos base por encima de 2Q25.

5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos alcanzaron CLP\$704 millones en 2Q26, una variación interanual de 52,8% respecto de CLP\$461 millones en 2Q25. Este aumento se relaciona principalmente con el resultado de la venta de activos inmobiliarios por CLP\$407 millones en 2Q26.

Otros gastos totalizaron CLP\$1.360 millones este trimestre, una disminución de 19,2% respecto del mismo período del año anterior, cuando alcanzaron CLP\$1.683 millones.

Este monto incluye un castigo de CLP\$298 millones, que se presenta separadamente en el Estado de Resultados y refleja principalmente pérdidas por un evento climático en Argentina. Los castigos en 2Q25 totalizaron CLP\$522 millones, principalmente debido al arranque de viñedos realizado en

nuestros tres países productores. Excluyendo estos castigos, Otros gastos tuvieron una disminución de 8,5% o CLP\$98 millones, lo que se explica principalmente por menores indemnizaciones, fletes e impuestos en el extranjero.

Para facilitar la comparación, los castigos incluidos en GAV y Otros Gastos se presentan agrupados en una línea separada en el Estado de Resultados.

6. Resultado Operacional

El resultado operacional totalizó CLP\$25.926 millones, una disminución de 7,9% respecto del mismo trimestre de 2025, cuando alcanzó CLP\$28.161 millones. El margen operacional fue de 11,1% durante el trimestre, 40 puntos base por debajo del 11,5% registrado en 2Q25.

Excluyendo castigos por CLP\$450 millones en 2Q26 y CLP\$1.203 millones en 2Q25, el resultado operacional habría alcanzado CLP\$26.376 millones en 2Q26 y CLP\$29.364 millones en 2Q25, con una disminución de 10,2%. Así, el margen EBIT ajustado para 2Q26 fue de 11,3% (-70 puntos base).

7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización, incluyendo castigos que no generan flujo de caja) alcanzó CLP\$35.161 millones en 2Q26, 5,5% por debajo de la cifra de 2Q25, que totalizó CLP\$37.209 millones.

El margen EBITDA fue de 15,1% (-10 puntos base). Su variación se explica principalmente por la caída de la venta consolidada que no fue acompañada por una baja de la misma magnitud a nivel de GAV.

8. Resultado No Operacional

En 2Q26, la compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$3.565 millones, superior en 11,6% respecto de la pérdida de CLP\$3.193 millones registrada en 2Q25. Esto se explica por un menor resultado por participación en asociadas y negocios conjuntos contabilizados bajo el método de la participación. Además, se registraron menores ingresos financieros y mayores gastos financieros.

Los ingresos financieros alcanzaron CLP\$700 millones en 2Q26, con una disminución de 33,0% respecto de los CLP\$1.045 millones registrados en 2Q25. Esto se explica principalmente por menores colocaciones de nuestra filial argentina, luego que realizara un pago de dividendos hacia la casa matriz en Chile.

Los gastos financieros aumentaron 6,1% en comparación con el segundo trimestre de 2025, alcanzando CLP\$5.663 millones, principalmente debido a una mayor deuda promedio registrada en

el período. Esta mayor deuda se asocia a la inversión en activos estratégicos, como Mirabeau, la recompra de acciones y compra de fondos. La línea de gastos financieros incluye los efectos de la política de cobertura de inflación implementada por la compañía, que en el trimestre generó una utilidad de CLP\$ 3.615 millones, lo que se compara con una utilidad de CLP\$ 513 millones en 2Q25.

El resultado por participación en asociadas y negocios conjuntos fue una pérdida de CLP\$76 millones en 2Q26, en comparación con una utilidad de CLP\$408 millones registrada en el segundo trimestre de 2025. Estos resultados se relacionan principalmente con una menor contribución de Almadiva, que concentra su resultado en el tercer trimestre de cada año.

En la línea de diferencias de cambio, se registró un aumento de CLP\$760 millones, alcanzando una utilidad de CLP\$1.246 millones, como resultado de una exitosa gestión de coberturas de tipo de cambio.

9. Gasto por Impuestos a las Ganancias

Durante el 2Q26, el gasto por impuesto a la renta fue de CLP\$2.407 millones, 59,5% menor que los CLP\$5.941 millones registrados en 2Q25, principalmente debido a una menor tasa efectiva, asociada a una mayor corrección monetaria del patrimonio por la inflación del período.

10. Ganancia y Ganancia por Acción

La utilidad atribuible a los accionistas controladores de la compañía fue de CLP\$19.407 millones, un aumento de 2,1% respecto de los CLP\$19.001 millones reportados en 2Q25. El margen neto fue de 8,3% (+60 puntos base).

La utilidad por acción (UPA) alcanzó CLP\$27,3 en 2Q26, lo que representa un aumento de 6,1% frente a los CLP\$25,7 registrados en 2Q25. El aumento de la UPA refleja tanto el crecimiento de la utilidad neta como el menor promedio ponderado de acciones en circulación tras el programa de recompra de acciones ejecutado en 2Q26.

La UPA es calculada utilizando el promedio ponderado de acciones en circulación durante el período, excluyendo las acciones propias adquiridas bajo el programa de recompra de acciones de la Compañía. Durante abril de 2026, Viña Concha y Toro adquirió 29,31 millones de acciones, equivalentes a aproximadamente 3,9% de las acciones suscritas y pagadas de la Compañía.

Así, para el período 2Q26, la UPA fue calculada usando el promedio ponderado de las acciones en circulación, de 711.632.857 acciones. Por otra parte, el número de acciones utilizado en el cálculo de la UPA en 2Q25 fue de 739.010.000.

CAPÍTULO 04

Resultados 1H26

1. Ventas Consolidadas

En 1H26, las ventas consolidadas disminuyeron 6,2% hasta CLP\$425.895 millones, reflejando principalmente una caída de 5,0% en volumen, parcialmente compensada por un mayor precio promedio en todos los segmentos.

El segmento Vino, que representó el 94% de las ventas consolidadas, disminuyó 6,3% en valor y 4,0% en volumen frente a 1H25. Las marcas de las categorías Principal e Invest representaron el 52,0% de las ventas totales y el 55,4% al considerar solo las ventas de vino.

La disminución de las ventas se explicó principalmente por menores cifras en Estados Unidos, debido a los ajustes de inventario relacionados con el cambio de distribuidor, junto con un desempeño más débil en determinados mercados de exportación.

Las ventas de Cervezas y Licores disminuyeron 17,2% en valor y 16,0% en volumen, mientras que Otros Productos y Servicios aumentó 34,0% en valor.

Los precios promedio aumentaron en Mercados de Exportación (+4,9% en USD), Chile Vino (+2,2% en CLP) y Estados Unidos (+1,2% en USD), compensando parcialmente los menores volúmenes registrados durante el período.

1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de la Compañía en Mercados de Exportación disminuyeron 3,2% hasta CLP\$298.525 millones. El volumen cayó 1,8%, mientras que el precio promedio aumentó 4,9% en dólares estadounidenses, compensando parcialmente el impacto de menores despachos y conversión cambiaria.

En Europa, el desempeño fue mixto, con menores volúmenes en ciertos mercados, especialmente en Reino Unido, lo que fue parcialmente compensado por alzas de precios llevadas a cabo durante el período. Destacaron mercados como Alemania, Noruega y Lituania por su buen desempeño en el período.

En Asia, las ventas continuaron bajo presión, reflejando principalmente un desempeño más débil en Corea del Sur y Japón, debido a ajustes en la distribución, así como en China, donde la compañía se encuentra en un proceso de salida deliberada de marcas, con el objetivo de potenciar su portafolio de marcas foco.

En Latinoamérica, las ventas se beneficiaron de un sólido crecimiento de volumen en Brasil y México, apoyado por el buen desempeño de marcas que se han potenciado en esos mercados, como lo son las categorías Principal, Invest y Protect.

Respecto del impacto cambiario sobre las ventas en 1H26, las ventajas de la diversificación de monedas de la compañía se evidencian en un impacto total de -1,7% sobre las ventas consolidadas al comparar el peso chileno con nuestra canasta de monedas de facturación. Al mismo tiempo, el peso chileno se apreció 6,6% frente al dólar estadounidense, 3,2% frente a la libra esterlina y 0,1% frente al euro. Por el contrario, el peso chileno se depreció frente al real brasileño (4,0%) y el peso mexicano (6,2%). La compañía mitiga parcialmente el impacto cambiario mediante coberturas, las que se revelan en la nota 18 de los Estados Financieros.

1.2. Chile

En el mercado doméstico chileno, las ventas de vino fueron estables, con una baja de 0,4% frente a 1H25, alcanzando CLP\$48.154 millones. Esto fue el resultado de una caída de volumen de 2,5% y un aumento de 2,2% en el precio promedio, reflejando tendencias positivas de mix.

El desempeño reflejó un precio/mix más favorable, lo que se explica principalmente por menores volúmenes en las categorías fuera de la matriz de marcas. Las categorías Principal e Invest en Chile para 1H26 crecieron en torno al 2,0% tanto en volumen como en valor.

La categoría Cervezas y Licores disminuyó 17,2% en valor y 16,0% en volumen, reflejando un entorno de mercado desafiante para la categoría.

1.3. Estados Unidos (EE.UU.)

En Estados Unidos, las ventas disminuyeron 23,7% hasta CLP\$53.541 millones, reflejando principalmente una caída de 19,7% en volumen en medio de ajustes de inventario relacionados con el cambio de distribuidor, siendo las marcas de la categoría Protect las más afectadas. El precio promedio aumentó 1,2% en dólares estadounidenses.

A pesar de la caída de nuestras ventas reportadas, las *depletions* o ventas de los distribuidores al retail han mejorado secuencialmente, lo que indica una demanda subyacente más saludable por parte de los consumidores y respalda las expectativas de una normalización gradual durante la segunda mitad del año.

2. Costo de Ventas

El costo de ventas alcanzó CLP\$257.858 millones en 1H26, una disminución de 6,8% respecto de 1H25, en línea con menores ventas y volúmenes, junto con eficiencias en costos operacionales directos y costos de insumos. Este monto incluye CLP\$307 millones en castigos de vino, que se presentan separadamente en el Estado de Resultados y no generan flujo de caja.

El ratio de costo de ventas sobre ventas fue de 60,5%, con una mejora de 40pb frente al 60,9% registrado en 1H25.

3. Ganancia Bruta

La ganancia bruta alcanzó CLP\$168.037 millones, con una disminución de 5,2% respecto de 1H25, que totalizó CLP\$177.249 millones. Esto se relaciona con el menor nivel de ventas. El margen bruto fue de 39,5%, comparado con 39,1% en 1H25, lo que representa una mejora de 40 puntos base, reflejando eficiencias a nivel de costos.

Excluyendo los castigos de vino, la ganancia bruta ajustada alcanzó CLP\$168.343 millones, una disminución de 5,9% respecto de 1H25, que alcanzó CLP\$178.891 millones. El margen bruto ajustado fue de 39,5%, lo que se compara con 39,4% registrado en 1H25.

4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y ventas totalizaron CLP\$125.492 millones en 1H26, con un aumento de 0,5% comparado con CLP\$124.888 millones en 1H25. El monto incluye un castigo de CLP\$82 millones en 1H26, relacionado principalmente con mermas y obsolescencia de insumos. En 1H25, el monto de castigos alcanzó CLP\$531 millones, por provisiones de obsolescencia de inventario. Estos gastos no generan flujo de caja. Al excluir castigos, los GAV presentaron un aumento de 0,8%, lo que se relaciona principalmente con la integración de nuevas sociedades al resultado operacional, como lo son Beer Garden (Kross Bar) y Maison Mirabeau, además de mayores indemnizaciones y gastos en el Centro del Vino.

Como resultado de lo anterior, el ratio de GAV sobre ventas alcanzó 29,5%, 200 puntos base por encima de 1H25.

5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos alcanzaron CLP\$983 millones en 1H26, un aumento de 26,6% respecto de 1H25. Otros gastos, por función, totalizaron CLP\$2.378 millones, 32,0% por debajo de 1H25.

El aumento en Otros ingresos se relaciona principalmente con el resultado de la venta de activos inmobiliarios por CLP\$407 millones en 1H26.

Respecto a Otros gastos, esta cifra incluye castigos por CLP\$631 millones en 1H26, en comparación con CLP\$1.441 millones en 1H25. Estos ítems se presentan separadamente en el Estado de Resultados para facilitar la comparación, ya que no generan flujo de caja. Al excluir los castigos, la cuenta Otros Gastos, por función se reduce 15,1% o CLP\$310 millones, principalmente reflejando ahorros en fletes y menores pérdidas por siniestros que en 2025.

6. Resultado Operacional

El resultado operacional alcanzó CLP\$41.150 millones en 1H26, una disminución de 17,1% respecto de CLP\$49.640 millones en 1H25. El margen operacional fue de 9,7%, 130 puntos base por debajo del año anterior.

Excluyendo los castigos señalados, el resultado operacional habría alcanzado CLP\$42.170 millones, con una disminución de 20,8% frente al 1H25. Esto se explica por un menor nivel de ventas acompañado por mayores costos de distribución de nuevas filiales.

7. EBITDA

El EBITDA fue de CLP\$58.919 millones en 1H26, una disminución de 13,4% respecto de CLP\$68.027 millones en 1H25. El margen EBITDA fue de 13,8%, comparado con 15,0% en 1H25.

El EBITDA se calcula como la ganancia por actividades operacionales más depreciación y amortización, más castigos que no generan flujo de caja.

8. Resultado No Operacional

En 1H26, la Compañía registró una pérdida no operacional de CLP\$7.046 millones, 6,4% menor que la pérdida de CLP\$7.524 millones registrada en 1H25. Esto como consecuencia de una mayor utilidad por gestión en la diferencia de cambio, por CLP\$1.383 millones.

Los ingresos financieros alcanzaron CLP\$1.602 millones en 1H26, 32,9% por debajo de 1H25. Esto se explica principalmente por menores colocaciones de nuestra filial argentina, luego que realizara un pago de dividendos hacia la casa matriz en Chile.

Los gastos financieros disminuyeron 1,9% en comparación con 1H25, alcanzando CLP\$10.386 millones. Esto se relaciona con una menor tasa de interés promedio en el período y con una exitosa cobertura de la inflación.

El resultado por participación en asociadas y negocios conjuntos fue una pérdida de CLP\$180 millones en 1H26, comparado con una pérdida de CLP\$13 millones en 1H25.

Las diferencias de cambio generaron una ganancia de CLP\$1.733 millones en 1H26, comparado con una ganancia de CLP\$350 millones en 1H25.

9. Gasto por Impuestos a las Ganancias

Durante el 1H26, el gasto por impuesto a la renta fue de CLP\$5.104 millones, 44,1% menor que los CLP\$9.131 millones registrados en 1H25, principalmente debido a una menor tasa efectiva, asociada a una mayor corrección monetaria del patrimonio por inflación y otros componentes tributarios del período.

10. Ganancia y Ganancia por Acción

La utilidad atribuible a los accionistas controladores de la compañía fue de CLP\$28.186 millones en 1H26, con una baja de 14,0% respecto de los CLP\$32.785 millones reportados en 1H25. El margen neto fue de 6,6% (-60 puntos base).

La utilidad por acción (UPA) alcanzó CLP\$38,9 en 1H26, lo que representa una disminución de 12,4% frente a los CLP\$44,4 registrados en 1H25. Lo anterior refleja una menor utilidad neta.

La UPA es calculada utilizando el promedio ponderado de acciones en circulación durante el período, excluyendo las acciones propias adquiridas bajo el programa de recompra de acciones de la Compañía. Durante abril de 2026, Viña Concha y Toro adquirió 29,31 millones de acciones, equivalentes a aproximadamente 3,9% de las acciones suscritas y pagadas de la Compañía.

Así, para el período 1H26, la utilidad por acción fue calculada sobre el promedio ponderado de las acciones en circulación, de 725.245.635 acciones. Por otra parte, el número de acciones utilizado en el cálculo de la UPA en 1H25 fue de 739.010.000.

CAPÍTULO 05

Estado de Resultados

(miles de CLP\$)	2Q26	2Q25	Var (%)	1H26	1H25	Var (%)
Ingresos de actividades ordinarias	233.281.716	244.830.982	(4,7%)	425.894.916	453.808.814	(6,2%)
Costo de ventas	(139.862.262)	(147.681.622)	(5,3%)	(257.551.553)	(274.918.203)	(6,3%)
Castigos vino (Write-off)	(113.119)	(489.297)	(76,9%)	(306.598)	(1.641.256)	(81,3%)
Ganancia bruta	93.306.336	96.660.064	(3,5%)	168.036.764	177.249.355	(5,2%)
Margen bruto	40,0%	39,5%	50 pb	39,5%	39,1%	40 pb
Otros ingresos	703.708	460.582	52,8%	983.023	776.346	26,6%
Costos de distribución	(54.017.900)	(54.126.043)	(0,2%)	(100.639.209)	(99.000.951)	1,7%
Gastos de administración	(12.667.531)	(12.959.302)	(2,3%)	(24.770.666)	(25.355.849)	(2,3%)
Otros gastos, por función	(1.062.099)	(1.160.591)	(8,5%)	(1.746.483)	(2.056.417)	(15,1%)
Castigos (Write-off)	(336.931)	(713.745)	(52,8%)	(713.142)	(1.972.280)	(63,8%)
Ganancias de actividades operacionales	25.925.581	28.160.966	(7,9%)	41.150.287	49.640.204	(17,1%)
Margen operacional	11,1%	11,5%	(40 pb)	9,7%	10,9%	(130 pb)
Ingresos financieros	700.073	1.044.847	(33,0%)	1.602.450	2.389.544	(32,9%)
Gastos financieros	(5.663.017)	(5.335.372)	6,1%	(10.386.151)	(10.582.014)	(1,9%)
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	(75.517)	407.747	(118,5%)	(179.887)	(12.563)	1331,8%
Diferencias de cambio	1.245.516	485.658	156,5%	1.733.049	350.374	394,6%
Resultados por unidades de reajuste	228.103	203.695	12,0%	184.898	330.800	(44,1%)
Resultado no operacional	(3.564.841)	(3.193.427)	11,6%	(7.045.641)	(7.523.859)	(6,4%)
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	22.360.741	24.967.539	(10,4%)	34.104.645	42.116.345	(19,0%)
Gasto por impuestos a las ganancias	(2.406.925)	(5.941.081)	(59,5%)	(5.103.966)	(9.131.312)	(44,1%)
Ganancia (pérdida)	19.953.816	19.026.458	4,9%	29.000.679	32.985.033	(12,1%)
(Ganancia) pérdida, atribuible a participaciones no controladoras	547.169	25.291	2063,5%	814.596	200.400	306,5%
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	19.406.647	19.001.167	2,1%	28.186.083	32.784.633	(14,0%)
Margen neto	8,3%	7,8%	60 pb	6,6%	7,2%	(60 pb)
Ganancia (pérdida) por acción *	27,3	25,7	6,1%	38,9	44,4	(12,4%)
Gastos por depreciación	7.657.576	7.016.384	9,1%	14.429.070	13.177.933	9,5%
Gastos por amortización	1.128.142	828.254	36,2%	2.320.113	1.595.320	45,4%
EBITDA **	35.161.349	37.208.646	(5,5%)	58.919.210	68.026.993	(13,4%)
Margen EBITDA**	15,1%	15,2%	(10 pb)	13,8%	15,0%	(120 pb)

* Cálculos basados en el número promedio de acciones ordinarias en circulación en cada período, que para 2Q25 y 2Q26 era de 739.010.000 y 711.632.857, respectivamente, y para 1H25 y 1H26 era de 739.010.000 y 725.245.635, en cada caso. Detalles del cálculo en la sección 10. Ganancia y Ganancia por Acción.

** EBITDA = Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales + Gastos por depreciación y Amortización + Castigos, los cuales no generan flujos de caja.

CAPÍTULO 06

Estado de Situación Financiera ¹

(Miles de CLP\$)	Jun. 30, 2026	Dic. 31, 2025	Var (%)
Activos			
Efectivo y equivalentes al efectivo	34.183.206	57.270.659	(40,3%)
Inventarios corrientes	482.279.056	403.966.665	19,4%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	290.953.081	302.890.197	(3,9%)
Activos biológicos corrientes	5.797.294	33.217.649	(82,5%)
Otros activos corrientes	63.339.260	47.144.688	34,4%
Activos corrientes totales	876.551.897	844.489.858	3,8%
Propiedades, planta y equipo	567.770.474	543.138.741	4,5%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	37.562.504	37.582.684	(0,1%)
Otros activos no corrientes	338.467.998	311.945.221	8,5%
Activos no corrientes totales	943.800.976	892.666.646	5,7%
Total Activos	1.820.352.873	1.737.156.504	4,8%
Pasivos			
Otros pasivos financieros corrientes	263.695.899	172.514.408	52,9%
Otros pasivos corrientes	291.592.686	289.838.645	0,6%
Pasivos corrientes totales	555.288.585	462.353.053	20,1%
Otros pasivos financieros no corrientes	323.284.311	312.256.681	3,5%
Otros pasivos no corrientes	93.904.186	96.472.004	(2,7%)
Pasivos no corrientes totales	417.188.497	408.728.685	2,1%
Total Pasivos	972.477.082	871.081.738	11,6%
Patrimonio			
Capital emitido	74.030.880	74.030.880	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	789.060.675	784.351.956	0,6%
Acciones propias	(27.152.418)	0	
Otras reservas	3.244.801	(52.620)	
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	839.183.938	858.330.216	(2,2%)
Participaciones no controladoras	8.691.853	7.744.550	12,2%
Total Patrimonio	847.875.791	866.074.766	(2,1%)
Total Pasivos y Patrimonio	1.820.352.873	1.737.156.504	4,8%

¹ Para facilitar el análisis, algunas cuentas han sido agrupadas.

Estado de Situación Financiera al 30 de junio de 2026

1. Activos

Al 30 de junio de 2026, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron CLP\$1.820.353 millones, lo que representa un aumento de 4,8% respecto de la cifra reportada al 31 de diciembre de 2025.

2. Pasivos

Al 30 de junio de 2026, la deuda financiera neta, incluyendo derivados relacionados, totalizó CLP\$447.261 millones, lo que representa un aumento de 29,3% respecto de la cifra reportada al 31 de diciembre de 2025. El ratio DFN/EBITDA fue de 3,1x.

La deuda financiera neta, incluyendo derivados relacionados, se calcula como: capital de deuda, incluyendo derivados relacionados con deuda financiera, menos efectivo y equivalentes al efectivo. Para mayor detalle, ver nota 19 de los Estados Financieros.