
PRESS RELEASE
3Q
26
VIÑA CONCHA Y TORO
FAMILY OF WINERIES

Índice

CAPÍTULO 01
Aspectos destacados

CAPÍTULO 02
Comentarios del Gerente General

CAPÍTULO 03
Resultados 3Q26

CAPÍTULO 04
Resultados 9M26

CAPÍTULO 05
Estado de Resultados

CAPÍTULO 06
Estado de Situación Financiera al 30 de septiembre 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

Martes 3 de noviembre de 2026, 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 12.900 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

3Q26

VENTA CONSOLIDADA

CLP$ 245,6 MM

-2,2% a/a

VOLUMEN DE VINO

7,8 MM C9L

-1,7% a/a

EBITDA

CLP$ 36,8 MM

-12,0% a/a

MARGEN EBITDA

15,0%

-170 pb

UTILIDAD NETA

CLP$ 20,7 MM

+2,6% a/a

MARGEN NETO

8,4%

+40 pb

9M26

VENTA CONSOLIDADA

CLP$ 671,5 MM

-4,7% a/a

VOLUMEN DE VINO

21,3 MM C9L

-3,2% a/a

EBITDA

CLP$ 95,8 MM

-12,8% a/a

MARGEN EBITDA

14,3%

-130 pb

UTILIDAD NETA

CLP$ 48,9 MM

-7,7% a/a

MARGEN NETO

7,3%

-20 pb

M: Millones

CAPÍTULO 02

Comentarios del Gerente General

El tercer trimestre de 2026 reflejó una mejora secuencial en ventas respecto de la primera parte del año y una estabilización en niveles similares a los registrados en el 3Q25. Este resultado refleja la fortaleza de tener un portafolio diversificado, que nos permite adaptarnos a un entorno global cambiante y, en la actualidad, marcado por un menor poder adquisitivo de los consumidores. Al mismo tiempo, se confirma la solidez de nuestro modelo de negocios y escala global, que nos permite actuar con agilidad frente a las dinámicas del mercado.

Durante el período, las ventas consolidadas alcanzaron CLP$245.612 millones, un 2,2% menores que el año anterior y 0,7% menores en moneda constante. Esta variación refleja la apreciación del peso chileno frente a las principales monedas de venta y un entorno altamente competitivo en el Reino Unido, elementos que fueron parcialmente contrarrestados por el buen desempeño de otros mercados y una integración de Mirabeau en Francia, que ya fue completada con éxito.

Entre los aspectos más destacados del trimestre está el crecimiento de nuestras ventas en Estados Unidos, que refleja la normalización de la operación en un proceso de cambio de distribuidor prácticamente finalizado. Asimismo, retomamos el crecimiento en el mercado doméstico chileno y seguimos avanzando en gran parte de América Latina, incluidos Brasil y México.

A nivel de margen bruto, este alcanzó 38,9% pese a un entorno inflacionario e impactos cambiarios, respondiendo al plan de control de costos operacionales directos, materiales secos e insumos. A su vez, mayores GAV provenientes de inversiones en marketing directo al consumidor en las principales oficinas internacionales, y un mayor gasto en negocios en crecimiento, como lo son la gastronomía en Chile asociada a vinos y cervezas, significaron una baja a nivel de margen EBITDA hasta 15,0%, desde el 16,7% registrado en el 3Q25.

En cuanto a la utilidad neta atribuible a los accionistas, se obtuvo un aumento de 2,6% y la utilidad por acción creció 6,8%, impulsada tanto por el avance de la utilidad como por el menor número de acciones en circulación tras el programa de recompra.

El plan de eficiencia operacional y transformación digital de la compañía sigue en plena marcha, lo que, junto con la solidez de nuestra estrategia comercial, nos permiten proyectar un repunte en las ventas durante 2027, de entre 1,9% y 4,7%, mientras que hacia 2030, un crecimiento anual compuesto entre 1,6% y 3%, tal como lo informamos en nuestro Investor Day.

Eduardo Guilisasti
CEO Viña Concha y Toro

CAPÍTULO 03

Resultados 3Q26

Ventas Consolidadas

Ventas (Millones de CLP$)	3Q26	3Q25	Var (%)	9M26	9M25	Var (%)
Mercados de Exportación (1)	*168.053*	*175.620*	*-4,3%*	*466.578*	*484.073*	*-3,6%*
Chile	*32.422*	*32.113*	*1,0%*	*80.576*	*80.451*	*0,2%*
EE.UU.	*29.605*	*28.910*	*2,4%*	*83.146*	*99.085*	*-16,1%*
Vino	**230.080**	**236.644**	**-2,8%**	**630.300**	**663.609**	**-5,0%**
Cervezas y Licores	**9.098**	**9.408**	**-3,3%**	**25.741**	**29.513**	**-12,8%**
Otros Productos y Servicios(2)	**6.434**	**4.972**	**29,4%**	**15.466**	**11.711**	**32,1%**
Total Ventas	**245.612**	**251.024**	**-2,2%**	**671.507**	**704.833**	**-4,7%**

Volumen (miles de C9L)	3Q26	3Q25	Var (%)	9M26	9M25	Var (%)
Mercados de Exportación(1)	*5.366*	*5.533*	*-3,0%*	*14.844*	*15.184*	*-2,2%*
Chile	*1.745*	*1.732*	*0,7%*	*4.423*	*4.479*	*-1,2%*
EE.UU.	*667*	*650*	*2,6%*	*1.985*	*2.290*	*-13,3%*
Vino	**7.779**	**7.915**	**-1,7%**	**21.251**	**21.953**	**-3,2%**
Cervezas y Licores	**570**	**542**	**5,2%**	**1.563**	**1.724**	**-9,4%**
Total Volumen	**8.349**	**8.458**	**-1,3%**	**22.814**	**23.677**	**-3,6%**

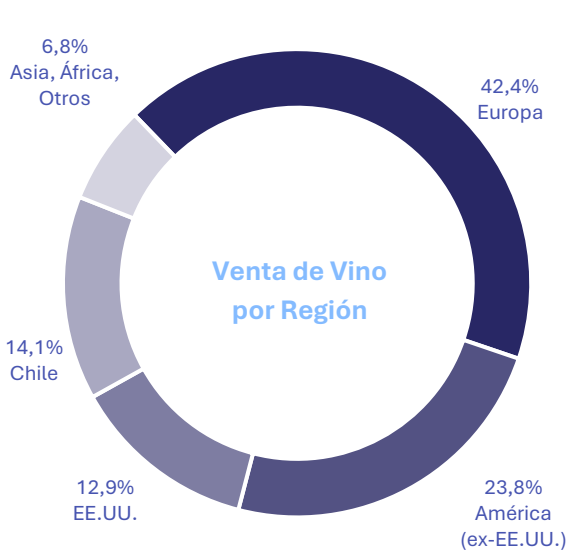
Precio promedio (por C9L)		3Q26	3Q25	Var (%)	9M26	9M25	Var (%)
Mercados de Exportación	*US$*	*33,5*	*33,1*	*1,4%*	*34,6*	*33,4*	*3,7%*
Chile Vino	*CLP$*	*18.577*	*18.536*	*0,2%*	*18.218*	*17.963*	*1,4%*
EE.UU.	*US$*	*47,5*	*46,3*	*2,6%*	*46,1*	*45,3*	*1,8%*

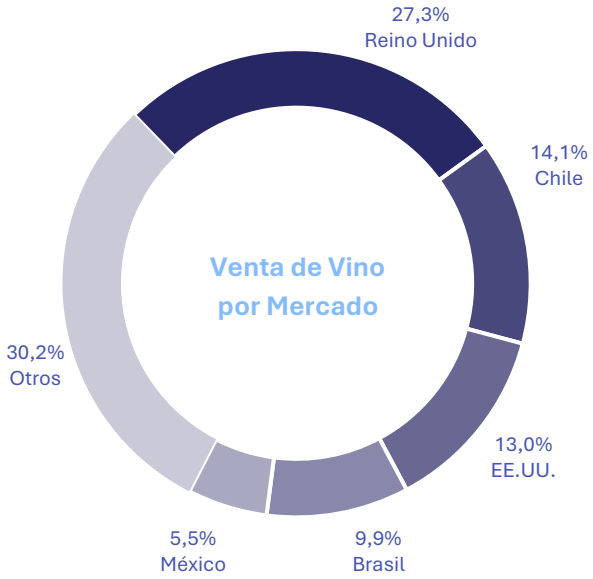
(1) Incluye exportaciones a terceros desde Chile, Argentina y Estados Unidos, así como ventas domésticas en Argentina. Excluye exportaciones desde Chile y Argentina a Estados Unidos, que se incluyen bajo EE.UU.

(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

3Q26

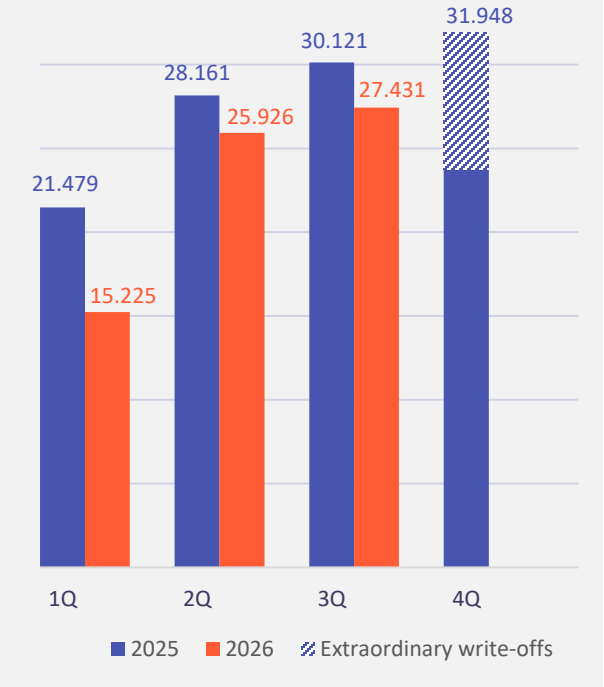




Evolución trimestral

(millones de CLP$)





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

1. Ventas Consolidadas

En el tercer trimestre de 2026, las ventas consolidadas alcanzaron CLP$245.612 millones, una disminución de 2,2% a/a frente a CLP$251.024 millones en 3Q25. El resultado refleja una baja de 1,3% en el volumen total (8.349 mil C9L vs. 8.458 mil C9L), mayores precios promedio en todos los segmentos y un impacto negativo por conversión cambiaria.

El volumen consolidado disminuyó 1,3%, como resultado de una combinación de un cambio en el modelo de envasado con terceros en Dinamarca y una mayor competencia en el Reino Unido, lo que fue contrarrestado en parte por crecimiento en otros mercados de Europa, como Países Bajos, y en el continente americano, como Canadá, Estados Unidos, Chile, Brasil y México, entre otros, a lo que se sumó un importante crecimiento en Japón.

El segmento Vino, que representó el 93,7% de las ventas consolidadas, registró ventas por CLP$230.080 millones (-2,8%) y un volumen de 7.779 mil C9L (-1,7%). Cervezas y Licores totalizó CLP$9.098 millones (-3,3%), con un alza de 5,2% en volumen, mientras que Otros Productos y Servicios creció 29,4%, hasta CLP$6.434 millones.

Las categorías Principal e Invest —marcas premium y superiores— representaron el 51,5% de las ventas totales en el trimestre, 2,2 puntos porcentuales menos que en 3Q25.

El precio promedio aumentó 1,4% en dólares en Mercados de Exportación (US$33,5 por C9L), 0,2% en pesos en Chile Vino (CLP$18.577 por C9L) y 2,6% en dólares en Estados Unidos (US$47,5 por C9L).

1.1. Mercados de Exportación

Las ventas en Mercados de Exportación disminuyeron 4,3%, hasta CLP$168.053 millones, como resultado de una caída de 3,0% en volumen (5.366 mil C9L), un alza de 1,4% en el precio promedio en dólares y la apreciación del peso chileno frente a las principales monedas de facturación.

En Europa, las ventas cayeron un 8,6% en pesos frente al 3Q25, lo que fue explicado principalmente por la baja en Reino Unido, donde la compañía enfrenta un entorno altamente competitivo y una depreciación de la libra frente al peso chileno. Junto a lo anterior, se encontró el cambio en el modelo de envasado en Dinamarca, que tuvo un impacto de 168 mil C9L en las ventas. En tanto, en otros mercados, como Países Bajos y Francia se registró un crecimiento en las ventas, y en particular en el último caso gracias a la integración de Mirabeau.

En Asia, las ventas crecieron 10,4% en CLP principalmente gracias al alza en Japón, cuyas ventas se distribuyen en algunos meses del año.

En Latinoamérica, las ventas tuvieron un alza de 0,3%, como resultado de desempeños mixtos entre mercados, con el crecimiento liderado por Brasil, Guatemala y República Dominicana, lo que se combinó con caídas principalmente en Argentina y Colombia.

En Canadá, el valor de las ventas en CLP creció un 10,3%, con un buen desempeño especialmente en nuestras marcas prioritarias, luego del cambio en distribución en ese país, desde marzo de 2026.

En 3Q26, el impacto cambiario total sobre las ventas consolidadas fue de un -1,4%, que equivale a la depreciación de la canasta de monedas de venta de la empresa frente al peso. En tanto, registraron depreciación frente al peso: la libra (-3,1%), el dólar (-2,4%), el euro (-4,3%). Las monedas que registraron una apreciación fueron el real (+3,5%) y el peso mexicano (+5,3%). La compañía mitiga parcialmente el impacto cambiario mediante la diversificación de sus mercados, así como a través de coberturas, reveladas en la nota 18 de los Estados Financieros.

1.2. Chile

En el mercado doméstico chileno, las ventas alcanzaron CLP$32.422 millones, un alza de 1,0% frente a 3Q25. El volumen creció 0,7% (1.745 mil C9L) y el precio promedio subió 0,2%, hasta CLP$18.577 por C9L, revirtiendo las caídas de volumen observadas en trimestres anteriores. En este mercado, la compañía registró sus principales alzas en Casillero del Diablo, en la categoría Principal, y en la categoría Invest, con Cono Sur Bicicleta, Marqués de Casa Concha y Concha y Toro. Asimismo, el despliegue de marcas tácticas también tuvo buenos resultados, principalmente en el caso de Exportación.

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 mostró una mejora frente al trimestre anterior, con un proceso de transición a nuevos distribuidores prácticamente finalizado. El volumen de vino aumentó 2,6%.

Las ventas en Estados Unidos crecieron 2,4% en pesos chilenos, hasta CLP$29.605 millones, con un volumen total de 667 mil C9L (+2,6%) y un precio promedio de US$47,5 por C9L (+2,6%).

2. Costo de Ventas

El costo de ventas, incluyendo castigos de vino, totalizó CLP$150.134 millones, 1,8% menos que en 3Q25. El ratio de costo de ventas sobre ventas fue de 61,1%, comparado con 60,9% en 3Q25.

La reducción del costo de ventas reflejó un plan de control de costos operacionales directos, materiales secos e insumos, en un contexto de alza del precio del petróleo.

El costo total incluyó CLP$543 millones en castigos de vino (CLP$403 millones en 3Q25), que se presentan separadamente en el Estado de Resultados del Press Release, por no generar flujo de caja.

3. Ganancia Bruta

La ganancia bruta del período alcanzó CLP$95.479 millones, una disminución de 2,7% respecto de 3Q25, que totalizó CLP$98.138 millones. Esto se relaciona en primer lugar con la disminución de las ventas. El margen bruto fue de 38,9%, comparado con 39,1% registrado en 3Q25.

Excluyendo los castigos de vino, la ganancia bruta ajustada alcanzó CLP$96.021 millones, una disminución de 2,6% respecto de 3Q25, que alcanzó CLP$98.541 millones. El margen bruto ajustado fue de 39,1%, comparado con 39,3% registrado en 3Q25.

4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y ventas (costos de distribución + gastos de administración - castigos) totalizaron CLP$70.679 millones durante el período, un aumento de 6,6% respecto de los CLP$66.329 millones registrados en 3Q25.

El GAV en 2026 incorporó mayores inversiones en marketing directo al consumidor en las principales oficinas internacionales, así como un mayor gasto en negocios en crecimiento, como lo son la gastronomía en Chile asociada a vinos y cerveza (Krossbar).

Como resultado, el ratio de GAV sobre ventas alcanzó 28,8%, 240 puntos base por encima de 3Q25.

5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos alcanzaron CLP$3.658 millones en 3Q26, frente a CLP$207 millones en 3Q25. El aumento se relaciona principalmente con la venta de activos inmobiliarios en Chile, por CLP$3.107 millones.

Otros gastos, por función, totalizaron CLP$909 millones este trimestre, una disminución de 1,4% respecto del mismo período del año anterior, cuando alcanzaron CLP$922 millones.

Los castigos de GAV y Otros gastos totalizaron CLP$117 millones en 3Q26, frente a CLP$972 millones en 3Q25, y se presentan separadamente en el Estado de Resultados del Press Release.

6. Resultado Operacional

El resultado operacional totalizó CLP$27.431 millones, una disminución de 8,9% respecto del mismo trimestre de 2025, cuando alcanzó CLP$30.121 millones. El margen operacional fue de 11,2% durante el trimestre, 80 puntos base por debajo del 12,0% registrado en 3Q25. Excluyendo castigos por CLP$660 millones en 3Q26 y CLP$1.375 millones en 3Q25, el resultado operacional habría alcanzado CLP$28.091 millones en 3Q26 y CLP$31.496 millones en 3Q25, con una disminución de 10,8%. Así, el margen EBIT ajustado para 3Q26 fue de 11,4% (-111 puntos base).

7. EBITDA

El EBITDA (resultado operacional más depreciación y amortización, ajustado para eliminar castigos que no generan flujo de caja) alcanzó CLP$36.837 millones en 3Q26, 12,0% por debajo de la cifra de 3Q25, que totalizó CLP$41.843 millones.

El margen EBITDA fue de 15,0%, 170 puntos base por debajo del 16,7% de 3Q25, explicado principalmente por la caída de las ventas consolidadas, que no fue acompañada por una reducción equivalente del GAV.

8. Resultado No Operacional

En 3Q26, la compañía registró una pérdida no operacional de CLP$1.769 millones, superior en 1,2% respecto de la pérdida de CLP$1.747 millones registrada en 3Q25. Se registraron menores ingresos financieros y mayores gastos financieros, compensados por mejores resultados en diferencias de cambio y asociadas.

Los ingresos financieros alcanzaron CLP$334 millones en 3Q26, con una disminución de 60,4% respecto de los CLP$842 millones registrados en 3Q25. 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 11,2%, hasta CLP$6.083 millones, principalmente por una mayor deuda promedio asociada a la inversión en activos estratégicos —como Maison Mirabeau—,

la recompra de acciones y la compra de fundos. Esta línea incluye los efectos de la cobertura de inflación, que generó una utilidad de CLP$3.615 millones en el trimestre (CLP$513 millones en 3Q25).

El resultado por participación en asociadas y negocios conjuntos fue una utilidad de CLP$2.965 millones en 3Q26, en comparación con una utilidad de CLP$2.683 millones registrada en el tercer trimestre de 2025, relacionada principalmente con Almaviva, que concentra su resultado en el tercer trimestre de cada año.

En la línea de diferencias de cambio, se registró una utilidad de CLP$926 millones, frente a CLP$79 millones en 3Q25, como resultado de una exitosa gestión de coberturas de tipo de cambio.

9. Gasto por Impuestos a las Ganancias

Durante el 3Q26, el gasto por impuesto a la renta fue de CLP$5.217 millones, 34,5% menor que los CLP$7.968 millones registrados en 3Q25, principalmente debido a una menor tasa efectiva, asociada a una mayor corrección monetaria del patrimonio por la inflación y otros componentes tributarios del período.

10. Ganancia y Ganancia por Acción

La ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de CLP$20.731 millones, un aumento de 2,6% respecto de los CLP$20.206 millones reportados en 3Q25. El margen neto fue de 8,4% (+40 puntos base).

La ganancia por acción alcanzó CLP$29,2 en 3Q26, lo que representa un aumento de 6,8% frente a los CLP$27,3 registrados en 3Q25. El aumento de la ganancia por acción refleja tanto el crecimiento de la ganancia neta como el menor promedio ponderado de acciones en circulación tras el programa de recompra de acciones.

La ganancia por acción 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 3,97% de las acciones suscritas y pagadas de la Compañía.

Así, para el período 3Q26, la ganancia por acción fue calculada usando el promedio ponderado de las acciones en circulación, de 709.700.000 acciones. Por otra parte, el número de acciones utilizado en el cálculo de la ganancia por acción en 3Q25 fue de 739.010.000.

CAPÍTULO 04

Resultados 9M26

1. Ventas Consolidadas

En 9M26, las ventas consolidadas disminuyeron 4,7% hasta CLP$671.507 millones, reflejando principalmente una caída de 3,6% en volumen y un efecto cambiario desfavorable, lo que fue parcialmente compensada por un mayor precio promedio en todos los segmentos.

El segmento Vino, que representó el 94% de las ventas consolidadas, disminuyó 5,0% en valor y 3,2% en volumen frente a 9M25. 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 Reino Unido.

Las ventas de Cervezas y Licores disminuyeron 12,8% en valor y 9,4% en volumen, mientras que Otros Productos y Servicios aumentaron 32,1% en valor. El producto de distribución Miller explica gran parte de la caída en cervezas, mientras que, a nivel de servicios, el alza refleja la integración de los servicios de Krossbar a partir de diciembre de 2025.

Los precios promedio aumentaron en Mercados de Exportación (+3,7% en USD), Chile Vino (+1,4% en CLP) y Estados Unidos (+1,8% en USD).

1.1. Mercados de Exportación

Las ventas de la Compañía en Mercados de Exportación disminuyeron 3,6% hasta CLP$466.578 millones. El volumen cayó 2,2%, mientras que el precio promedio aumentó 3,7% en dólares, lo que fue acompañado por un impacto negativo en conversión cambiaria.

En Europa, el desempeño fue mixto, con menores volúmenes en ciertos mercados, especialmente en Reino Unido y Dinamarca, lo que fue parcialmente compensado por la integración de Mirabeau en Francia.

En Asia, las ventas continuaron bajo presión, reflejando principalmente un desempeño más débil en Corea del Sur y China, donde la compañía ha salido deliberadamente de ciertas marcas de su portafolio. Esto fue contrarrestado en parte por crecimiento en Japón.

En Latinoamérica, las ventas mantuvieron un sólido crecimiento en gran parte de los mercados, con Brasil liderando las ganancias y, a nivel de marcas, con marcas tácticas para aumentar el alcance y resiliencia de nuestro portafolio.

Respecto del impacto cambiario sobre las ventas en 9M26, 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. En particular, el peso chileno se apreció 4,8% frente al dólar estadounidense, 3,2% frente a la libra esterlina y 2,0% frente al euro. Por el contrario, el peso chileno se depreció frente al real brasileño (-4,4%) y el peso mexicano (-5,9%). 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 fueron estables, con un alza de 0,2% frente a 9M25, alcanzando CLP$80.576 millones. El volumen disminuyó 1,2%, mientras que el precio promedio del vino aumentó 1,4%, 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 9M26 crecieron en torno al 2,0% tanto en volumen como en valor.

La categoría Cervezas y Licores disminuyó 12,8% en valor y 9,4% en volumen, reflejando un entorno de mercado desafiante para la categoría.

1.3. Estados Unidos (EE.UU.)

En Estados Unidos, las ventas disminuyeron 16,1% hasta CLP$83.146 millones, reflejando principalmente una caída de 13,3% 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 1,8% 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.

2. Costo de Ventas

El costo de ventas alcanzó CLP$407.992 millones en 9M26, una disminución de 5,0% respecto de 9M25, en línea con menores ventas y volúmenes, junto con eficiencias en costos operacionales directos y costos de insumos. Este monto incluye CLP$849 millones en castigos de vino, que se presentan separadamente en el Estado de Resultados del Press Release y no generan flujo de caja.

El ratio de costo de ventas sobre ventas fue de 60,8%, con una mejora de 10pb frente al 60,9% registrado en 9M25.

3. Ganancia Bruta

La ganancia bruta alcanzó CLP$263.515 millones, con una disminución de 4,3% respecto de 9M25, que totalizó CLP$275.387 millones. Esto se relaciona con el menor nivel de ventas. El margen bruto fue de 39,2%, comparado con 39,1% en 9M25, lo que representa una mejora y eficiencias a nivel de costos.

Excluyendo los castigos de vino, la ganancia bruta ajustada alcanzó CLP$264.365 millones, una disminución de 4,7% respecto de 9M25, que alcanzó CLP$277.432 millones. El margen bruto ajustado fue de 39,4%, en línea con el 39,4% registrado en 9M25.

4. Gastos de Administración y Ventas (GAV)

Los gastos de administración y ventas totalizaron CLP$196.088 millones en 9M26, con un aumento de 2,8% comparado con CLP$190.686 millones en 9M25. El monto incluye un castigo de CLP$83 millones en 9M26, relacionado principalmente con mermas y obsolescencia de insumos. En 9M25, el monto de castigos alcanzó CLP$966 millones, por provisiones de obsolescencia de inventario. Estos gastos no generan flujo de caja. El aumento se relaciona principalmente con la integración de nuevas sociedades al resultado operacional, como lo son Beer Garden (Krossbar) 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 29,2%, 210 puntos base por encima de 9M25.

5. Otros Ingresos y Gastos

Otros ingresos alcanzaron CLP$4.641 millones en 9M26, frente a CLP$983 millones en 9M25. Otros gastos, por función, totalizaron CLP$2.656 millones, 10,8% por debajo de 9M25.

El aumento en Otros ingresos se relaciona principalmente con el resultado de la venta de activos inmobiliarios por CLP$3.514 millones en 9M26.

Los castigos de GAV y Otros gastos totalizaron CLP$831 millones en 9M26, en comparación con CLP$2.944 millones en 9M25. Estos ítems se presentan separadamente en el Estado de Resultados del Press Release, para facilitar la comparación, ya que no generan flujo de caja.

6. Resultado Operacional

El resultado operacional alcanzó CLP$68.581 millones en 9M26, una disminución de 14,0% respecto de CLP$79.761 millones en 9M25. El margen operacional fue de 10,2%, 110 puntos base por debajo del año anterior.
Excluyendo los castigos señalados (CLP$1.680 millones en 9M26 y CLP$4.989 millones en 9M25), el resultado operacional habría alcanzado CLP$70.261 millones, con una disminución de 17,1% frente a CLP$84.750 millones en 9M25, y un margen de 10,5% (12,0% en 9M25). 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$95.756 millones en 9M26, una disminución de 12,8% respecto de CLP$109.870 millones en 9M25. El margen EBITDA fue de 14,3%, comparado con 15,6% en 9M25 (-130 puntos base).

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 9M26, la Compañía registró una pérdida no operacional de CLP$8.814 millones, 4,9% menor que la pérdida de CLP$9.271 millones registrada en 9M25. Esto como consecuencia de una mayor utilidad en la diferencia de cambio, por CLP$2.230 millones.

Los ingresos financieros alcanzaron CLP$1.936 millones en 9M26, 40,1% por debajo de 9M25. 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 2,6% en comparación con 9M25, alcanzando CLP$16.469 millones, principalmente debido a una mayor deuda promedio, parcialmente compensada por una exitosa cobertura de la inflación.

El resultado por participación en asociadas y negocios conjuntos fue una ganancia de CLP$2.785 millones en 9M26, comparado con una ganancia de CLP$2.671 millones en 9M25.

Las diferencias de cambio generaron una ganancia de CLP$2.659 millones en 9M26, comparado con una ganancia de CLP$429 millones en 9M25.

9. Gasto por Impuestos a las Ganancias

Durante el 9M26, el gasto por impuesto a la renta fue de CLP$10.321 millones, 39,6% menor que los CLP$17.100 millones registrados en 9M25, 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 ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de CLP$48.917 millones en 9M26, con una baja de 7,7% respecto de los CLP$52.990 millones reportados en 9M25. El margen neto fue de 7,3% (-20 puntos base).

La ganancia por acción alcanzó CLP$67,9 en 9M26, lo que representa una disminución de 5,3% frente a los CLP$71,7 registrados en 9M25. Lo anterior refleja una menor utilidad neta.

La ganancia por acción es calculada utilizando el promedio ponderado de acciones en circulación[1] 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 3,97% de las acciones suscritas y pagadas de la Compañía.

Así, para el período 9M26, la ganancia por acción fue calculada sobre el promedio ponderado de las acciones en circulación, de 720.006.813 acciones. Por otra parte, el número de acciones utilizado en el cálculo de la ganancia por acción en 9M25 fue de 739.010.000.

[1] Acciones suscritas en circulación corresponden al total de acciones de la compañía, sin contar aquellas que fueron adquiridas de acuerdo con el programa de recompra de acciones.

CAPÍTULO 05

Estado de Resultados

(miles de CLP$)	3Q26	3Q25	Var(%)	9M26	9M25	Var(%)
Ingresos de actividades ordinarias	245.612.115	251.023.697	(2,2%)	671.507.031	704.832.511	(4,7%)
Costo de ventas	(149.590.692)	(152.482.641)	(1,9%)	(407.142.246)	(427.400.844)	(4,7%)
Castigos vino (Write-off)	(542.865)	(402.993)	34,7%	(849.463)	(2.044.249)	(58,4%)
Ganancia bruta	**95.478.558**	**98.138.063**	**(2,7%)**	**263.515.322**	**275.387.418**	**(4,3%)**
Margen bruto	**38,9%**	**39,1%**	**(20 pb)**	**39,2%**	**39,1%**	**10 pb**
Otros ingresos	3.657.809	206.879	1668,1%	4.640.832	983.225	372,0%
Costos de distribución	(58.341.875)	(53.792.606)	8,5%	(158.981.084)	(152.793.558)	4,0%
Gastos de administración	(12.336.709)	(12.536.873)	(1,6%)	(37.107.375)	(37.892.722)	(2,1%)
Otros gastos, por función	(909.185)	(922.108)	(1,4%)	(2.655.668)	(2.978.525)	(10,8%)
Castigos (Write-off)	(117.407)	(972.070)	(87,9%)	(830.549)	(2.944.349)	(71,8%)
Ganancias de actividades operacionales	**27.431.191**	**30.121.285**	**(8,9%)**	**68.581.478**	**79.761.489**	**(14,0%)**
Margen operacional	**11,2%**	**12,0%**	**(80 pb)**	**10,2%**	**11,3%**	**(110 pb)**
Ingresos financieros	333.625	841.659	(60,4%)	1.936.075	3.231.203	(40,1%)
Gastos financieros	(6.083.038)	(5.468.321)	11,2%	(16.469.189)	(16.050.335)	2,6%
Participación en ganancia de asociadas y negocios conjuntos	2.964.714	2.683.189	10,5%	2.784.827	2.670.626	4,3%
Diferencias de cambio	925.562	78.608	1077,4%	2.658.611	428.982	519,7%
Resultados por unidades de reajuste	90.553	117.585	(23,0%)	275.451	448.385	(38,6%)
Resultado no operacional	**(1.768.584)**	**(1.747.280)**	**1,2%**	**(8.814.225)**	**(9.271.139)**	**(4,9%)**
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	25.662.607	28.374.005	(9,6%)	59.767.253	70.490.350	(15,2%)
Gasto por impuestos a las ganancias	(5.217.105)	(7.968.190)	(34,5%)	(10.321.071)	(17.099.502)	(39,6%)
Ganancia (pérdida)	**20.445.502**	**20.405.815**	**0,2%**	**49.446.182**	**53.390.848**	**(7,4%)**
(Ganancia) pérdida, atribuible a participaciones no controladoras	(285.190)	200.270	(242,4%)	529.407	400.670	32,1%
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	**20.730.692**	**20.205.545**	**2,6%**	**48.916.775**	**52.990.178**	**(7,7%)**
Margen neto	**8,4%**	**8,0%**	**40 pb**	**7,3%**	**7,5%**	**(20 pb)**
Ganancia (pérdida) por acción *	**29,2**	**27,3**	**6,8%**	**67,9**	**71,7**	**(5,3%)**
Gastos por depreciación	7.907.783	9.458.419	(16,4%)	22.336.853	22.636.352	(1,3%)
Gastos por amortización	837.933	888.112	(5,7%)	3.158.046	2.483.432	27,2%
EBITDA **	**36.837.179**	**41.842.879**	**(12,0%)**	**95.756.389**	**109.869.871**	**(12,8%)**
Margen EBITDA**	**15,0%**	**16,7%**	**(170 pb)**	**14,3%**	**15,6%**	**(130 pb)**

* Cálculos basados en el número promedio de acciones ordinarias en circulación en cada período, que para 3Q25 y 3Q26 era de 739.010.000 y 709.700.000, respectivamente, y para 9M25 y 9M26 era de 739.010.000 y 720.006.813, 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[2]

(Miles de CLP$)	Sep. 30, 2026	Dic. 31, 2025	Var (%)
Activos			
Efectivo y equivalentes al efectivo	48.286.663	57.270.659	(15,7%)
Inventarios corrientes	475.624.471	403.966.665	17,7%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	306.684.651	302.890.197	1,3%
Activos biológicos corrientes	17.755.664	33.217.649	(46,5%)
Otros activos corrientes	73.973.587	47.144.688	56,9%
Activos corrientes totales	**922.325.036**	**844.489.858**	**9,2%**
Propiedades, planta y equipo	580.074.400	543.138.741	6,8%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	42.004.787	37.582.684	11,8%
Otros activos no corrientes	345.981.482	311.945.221	10,9%
Activos no corrientes totales	**968.060.669**	**892.666.646**	**8,4%**
Total Activos	**1.890.385.705**	**1.737.156.504**	**8,8%**
Pasivos			
Otros pasivos financieros corrientes	288.257.771	172.514.408	67,1%
Otros pasivos corrientes	306.417.158	289.838.645	5,7%
Pasivos corrientes totales	**594.674.929**	**462.353.053**	**28,6%**
Otros pasivos financieros no corrientes	332.482.821	312.256.681	6,5%
Otros pasivos no corrientes	94.047.465	96.472.004	(2,5%)
Pasivos no corrientes totales	**426.530.287**	**408.728.685**	**4,4%**
Total Pasivos	**1.021.205.216**	**871.081.738**	**17,2%**
Patrimonio			
Capital emitido	74.030.880	74.030.880	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	809.791.694	784.351.956	3,2%
Acciones propias en cartera	(27.152.418)	0	
Otras reservas	4.639.021	(52.620)	
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	**861.309.177**	**858.330.216**	**0,3%**
Participaciones no controladoras	7.871.312	7.744.550	1,6%
Total Patrimonio	**869.180.489**	**866.074.766**	**0,4%**
Total Pasivos y Patrimonio	**1.890.385.705**	**1.737.156.504**	**8,8%**

[2] Para facilitar el análisis, algunas cuentas han sido agrupadas.

Estado de Situación Financiera al 30 de septiembre de 2026

1. Activos

Al 30 de septiembre de 2026, los activos de Viña Concha y Toro totalizaron CLP$1.890.386 millones, lo que representa un aumento de 8,8% respecto de la cifra reportada al 31 de diciembre de 2025.

2. Pasivos

Al 30 de septiembre de 2026, la deuda financiera neta, incluyendo derivados relacionados, totalizó CLP$ 454.184 millones, lo que representa un aumento de 31,3% respecto de la cifra reportada al 31 de diciembre de 2025. El ratio DFN/EBITDA fue de 3,3x.

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.