



EL ROL DEL
CEMENTO &
CONCRETO
DE CARA
AL CAMBIO
CLIMÁTICO



CONGRESO
Cemento & Concreto
Verde 2050



11 AL 15
MAYO 2026



Santiago,
Chile

Estrategias de etiquetado
que conectan clima, producto
y consumidor

Valentina Lira
Gerente de Sustentabilidad Corporativa
VIÑA CONCHA Y TORO

CORPORATE SUSTAINABILITY STRATEGY

UNCORK A BETTER FUTURE®



VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —



INFORME DE IMPACTOS 2022

AT A GLANCE

VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF WINERIES —



01

Una de las viñas más grandes del mundo, con 12,5 mil hectáreas de viñedos en Chile, Argentina, USA y Francia.

02

Presencia en más de 130 países, con 12 oficinas comerciales en el mundo.

03

Cada segundo se abren 13 botellas de una de nuestras viñas en el mundo.

LA VIÑA MÁS SUSTENTABLE DEL MUNDO 2026

CSA de S&P
Dow Jones
Sustainability Yearbook



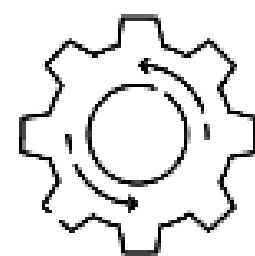
STAKEHOLDERS

PILARES PARA DESCORCHAR UN FUTURO MEJOR

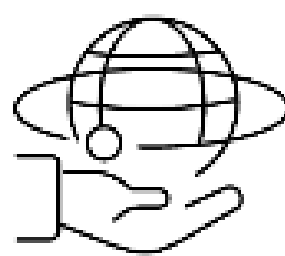
6 GRUPOS



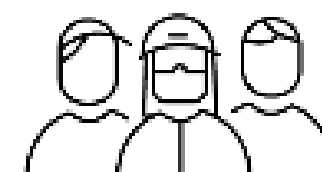
CONSUMIDORES



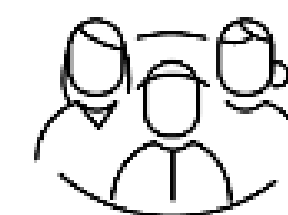
PROVEEDORES



CLIENTES



NUESTRA GENTE



COMUNIDAD



PLANETA

RESUMEN DEL MODELO ESTRATÉGICO



VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

DEJAR UN LEGADO DE IMPACTO POSITIVO EN NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS



Gobernanza de la Sustentabilidad

VISIÓN

Ser líderes en la construcción de un futuro **mejor, resiliente y regenerativo** para las personas y el planeta

MISIÓN

Generar **impacto positivo neto** para nuestros stakeholders y ser referentes en la regeneración de nuestro planeta.

OBJETIVO

Contribuir a **mejorar las condiciones naturales y sociales** de nuestro entorno y grupos de interés.



Consumidores



Proveedores



Cientes



Nuestra Gente



Comunidad



Nuestro Planeta

IMPACTO

Llevar un mensaje de sustentabilidad y consumo responsable a nuestros consumidores.

Ayudar a nuestros proveedores a mejorar su comportamiento ético y medioambiental, con especial atención al cambio climático.

Generar un intercambio mutuo de mejores prácticas en sostenibilidad con nuestros principales clientes.

Mejorar el bienestar y el compromiso de todos los trabajadores de la empresa. Crecer en diversidad, igualdad e inclusión .

Contribuir al desarrollo de nuestras comunidades, a través de la educación, emprendimiento y el empoderamiento comunitario.

Ayudar a regenerar nuestro planeta, haciendo un uso eficiente de los recursos y mejorando las condiciones de nuestros ecosistemas naturales y productivos.

10 PROGRAMAS Y METAS

PROGRAMA
De Principio a Fin

META
100%
de las marcas estratégicas
(28 marcas | 85% de las ventas anuales)

PROGRAMA
Abastecimiento Responsable

META
100%
de los proveedores clave comprometidos con SBTi
(30 proveedores de packaging)

PROGRAMA
Closer to Our Markets

META
100%
de los clientes principales
(30 clientes | 35% de las ventas anuales)

PROGRAMA
Sano, Diverso y Feliz

META
100%
de los trabajadores con beneficios del programa
(3,4 miles de personas)

PROGRAMA
Ciudadanía Corporativa

META
100%
de las comunidades con iniciativas asociadas
(32 comunidades)

PROGRAMAS
Cero Desperdicio de Agua
Independencia Fósil
Innovación Circular
Acción Climática
Soluciones Basadas en Naturaleza

METAS
10% reducción de agua; 50% reducción de energía interna fósil; 10 upcyclings; 35% reducción de CO2; prácticas regenerativas en todos nuestros terrenos.

10 ODS



RESUMEN DEL MODELO ESTRATÉGICO



VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

DEJAR UN LEGADO DE IMPACTO POSITIVO EN NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS



Gobernanza de la
Sustentabilidad

VISIÓN

Ser líderes en la construcción de un futuro **mejor, resiliente y regenerativo** para las personas y el planeta

MISIÓN

Generar **impacto positivo neto** para nuestros stakeholders y ser referentes en la regeneración de nuestro planeta.

OBJETIVO

Contribuir a **mejorar las condiciones naturales y sociales** de nuestro entorno y grupos de interés.



Consumidores



Proveedores



Cientes



Nuestra Gente



Comunidad



Nuestro Planeta

IMPACTO

Llevar un mensaje de sustentabilidad y consumo responsable a nuestros consumidores.

Ayudar a nuestros proveedores a mejorar su comportamiento ético y medioambiental, con especial atención al cambio climático.

Generar un intercambio mutuo de mejores prácticas en sostenibilidad con nuestros principales clientes.

Mejorar el bienestar y el compromiso de todos los trabajadores de la empresa. Crecer en diversidad, igualdad e inclusión .

Contribuir al desarrollo de nuestras comunidades, a través de la educación, emprendimiento y el empoderamiento comunitario.

Ayudar a regenerar nuestro planeta, haciendo un uso eficiente de los recursos y mejorando las condiciones de nuestros ecosistemas naturales y productivos.

10 PROGRAMAS Y METAS

PROGRAMA
De Principio a Fin

META
100%
de las marcas estratégicas
(28 marcas | 85% de las ventas
anuales)

PROGRAMA
Abastecimiento Responsable

META
100%
de los proveedores clave
comprometidos con SBTi
(30 proveedores de packaging)

PROGRAMA
Closer to Our Markets

META
100%
de los clientes principales
(30 clientes | 35% de las ventas
anuales)

PROGRAMA
Sano, Diverso y Feliz

META
100%
de los trabajadores con beneficios
del programa
(3,4 miles de personas)

PROGRAMA
Ciudadanía Corporativa

META
100%
de las comunidades con iniciativas
asociadas
(32 comunidades)

PROGRAMAS
Cero Desperdicio de Agua
Independencia Fósil
Innovación Circular
Acción Climática
Soluciones Basadas en Naturaleza

METAS
10% reducción de agua; 50% reducción de
energía interna fósil; 10 upcyclings; 35%
reducción de CO2; prácticas regenerativas en
todos nuestros terrenos.

10 ODS





PROGRAMA
ACCIÓN CLIMÁTICA

META 2025

35%

**Reducción de emisiones
de CO2 absolutas de
Scope 1,2 y 3**

Base Year 2017: 271 Th tCO₂e

HOLDING TARGET 2025

180 mil tCO₂e

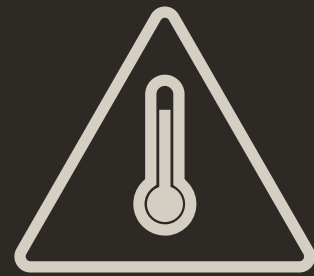
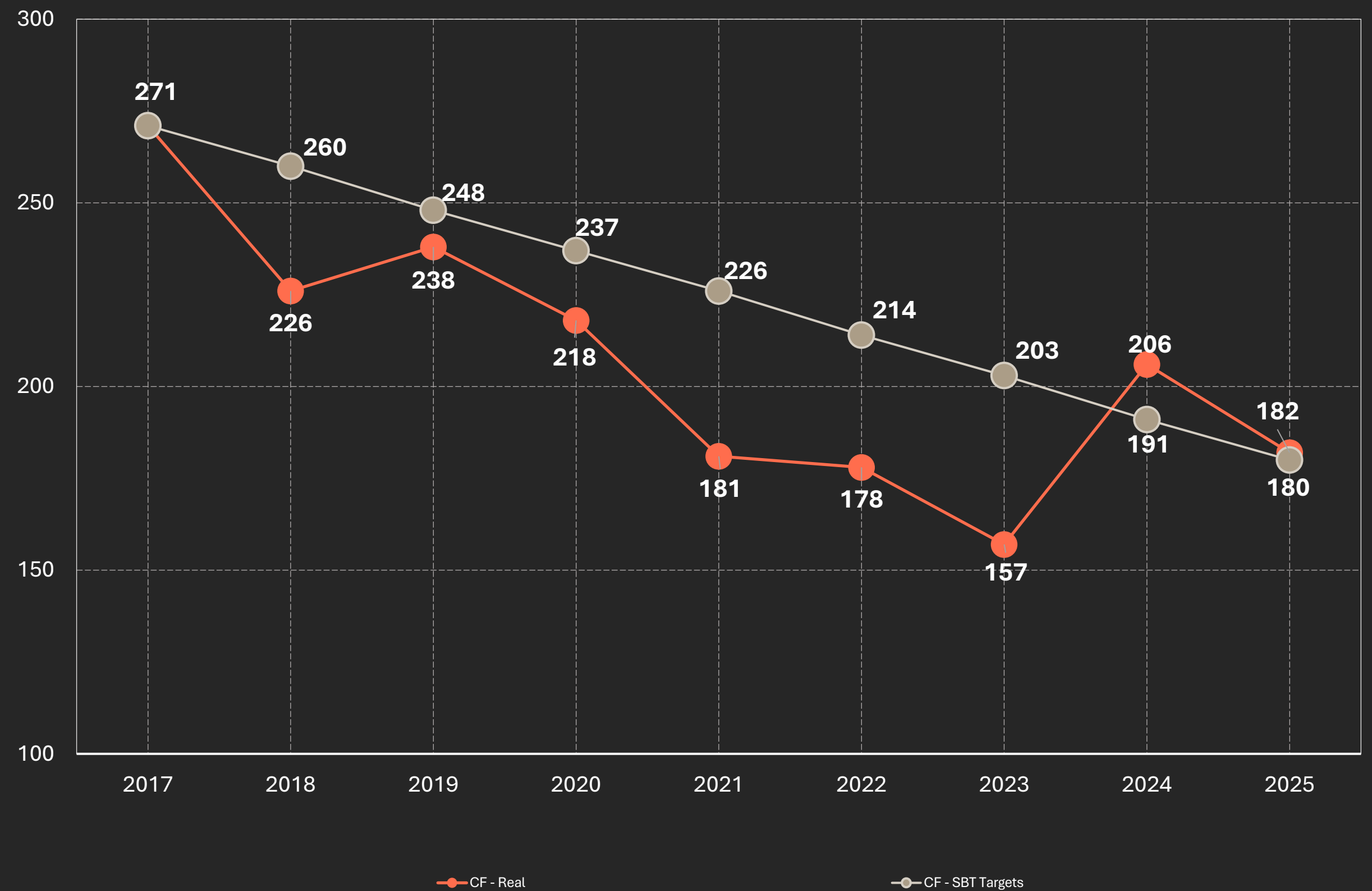
Scope 1,2 and 3

Net-Zero

2040

Presented in COP28
(2023)

CONCHA Y TORO
CARBON FOOTPRINT V/S METAS SBTi
 2017 - 2025
 (Miles de tCO₂e)



-34%

Reducción de emisiones
 respecto al año base 2017



INTERNATIONAL WINERIES FOR CLIMATE ACTION

2025

Profit with purpose.
Emission reduction can future-proof the wine industry.



2025 KEY NUMBERS

IWCA MEMBERS ACCOUNT FOR

3.5%
of global wine production



175 wineries | **14 countries** | **6 continents**

PROMEDIO
IWCA
(35 viñas)

1,67
kgCO2e
/ botella

PROMEDIO
VIÑA CONCHA
Y TORO

0,89
kgCO2e
/ botella

47%
menor
que el promedio de
las viñas IWCA
durante 2025

Productos y
marcas con alto
reconocimiento a
nivel de
consumidor final



CLIENTE

B2B

98% de las ventas directas



CONSUMIDOR

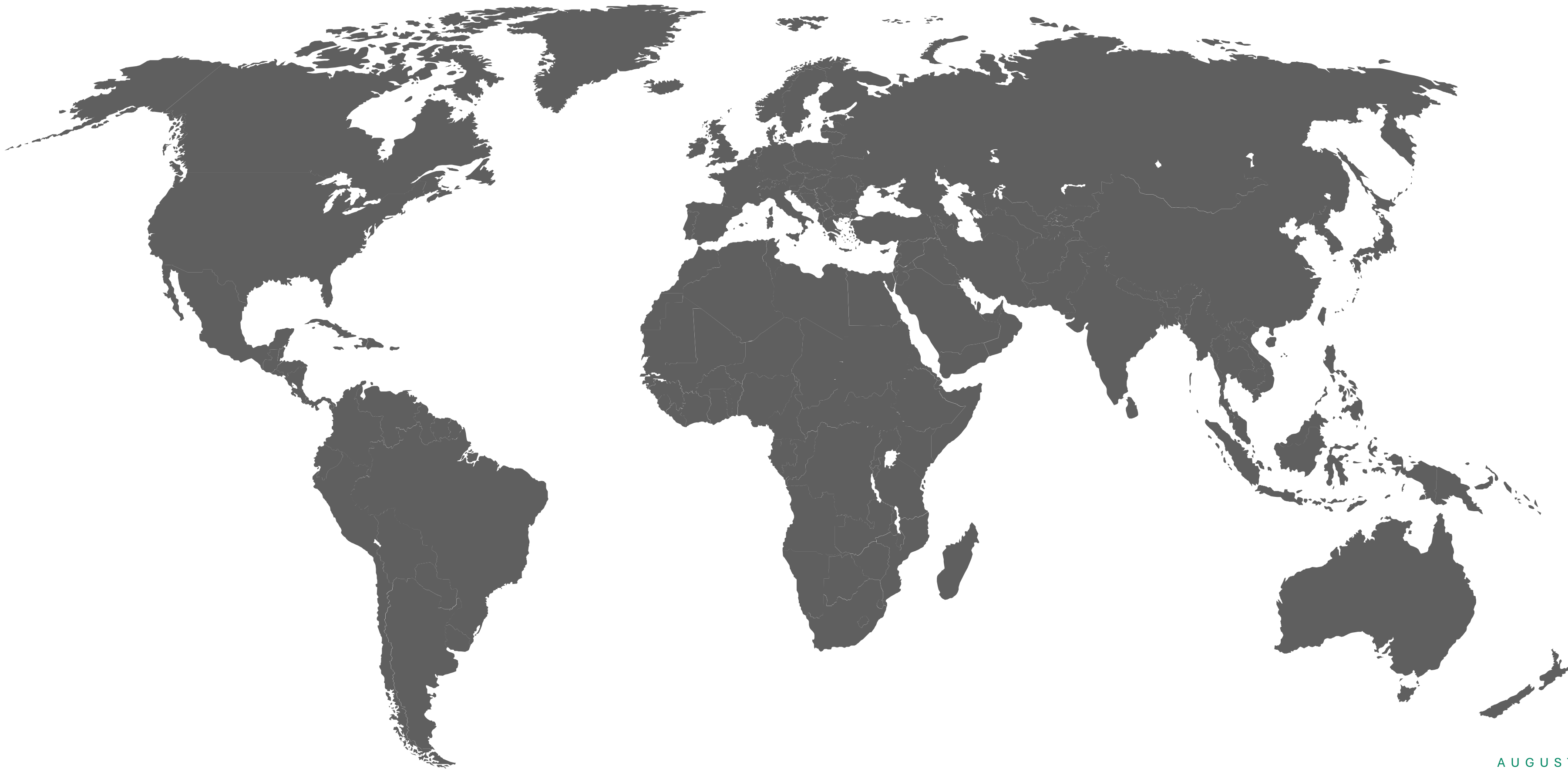
B2C

2% de las ventas directas



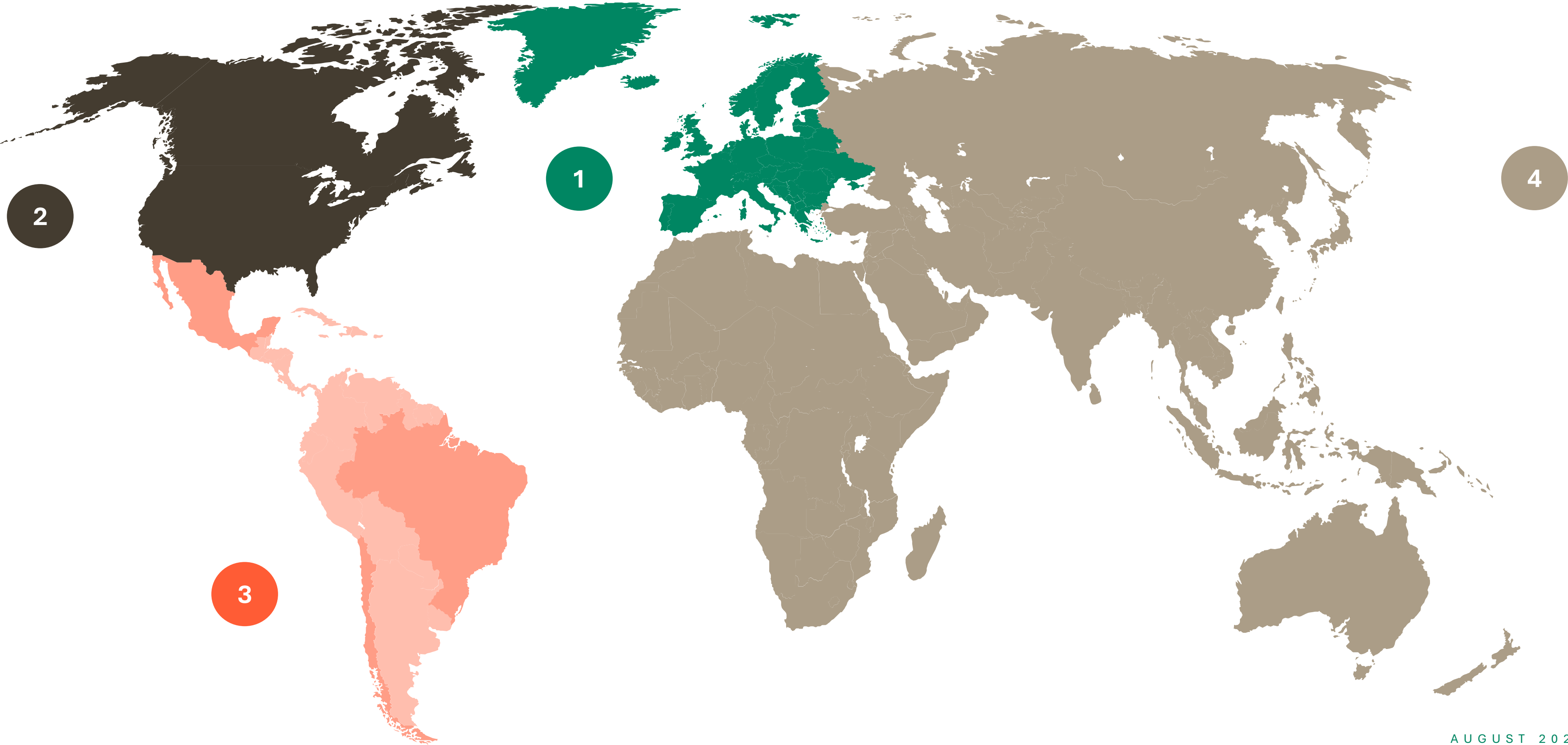
MADUREZ EN SUSTENTABILIDAD PARA LA INDUSTRIA DEL VINO

4 ZONAS CLAVE



MADUREZ EN SUSTENTABILIDAD PARA LA INDUSTRIA DEL VINO

4 ZONAS CLAVE



SUNRISE CARBONO NEUTRAL

PRIMERA EXPERIENCIA EN 2013

La compañía lanzó su primer producto carbono neutral, considerando las emisiones desde los viñedos hasta el destino final de la marca Sunrise para Finlandia, Noruega, Suecia y Dinamarca.

Concha y Toro neutraliza su marca Sunrise para los países Nórdicos

Sunrise midió y neutralizó su huella de carbono para así compensar al medio ambiente por sus emisiones de CO2 emitidas a lo largo del proceso productivo.

Esto es una acción voluntaria; decidimos ir un paso más allá al neutralizar la huella de carbono desde la cosecha hasta las bodegas de nuestros distribuidores.

Revisa nuestro video y aprende más acerca de nuestra iniciativa y del proyecto sustentable al cual estamos apoyando.

www.sunrise-wine.com

YouTube <http://www.youtube.com/sunrisewines>



SUNRISE ECOETIQUETADO

EXPERIENCIA EN 2014

Se desarrolló un sistema de ecoetiquetado con indicadores de sustentabilidad: huella de carbono por copa, cantidad de vidrio reciclado en la botella y huella hídrica por copa.

Sección especial en la web de la marca para entregar respaldos y más detalles.



SUNRISE CARBONO NEUTRAL GLOBAL

EXPERIENCIA EN 2014 - INSETTING

La marca se neutralizó completamente con
certificados de insetting.



**THE FIRST
CO₂ NEUTRAL
PRODUCT
WORLDWIDE**

THROUGH INTERNAL REDUCTIONS

**IS ALSO A
BRILLIANT WINE**

SUNRISE
Rise to the Sun
CABERNET SAUVIGNON
VALLE CENTRAL
CHILE

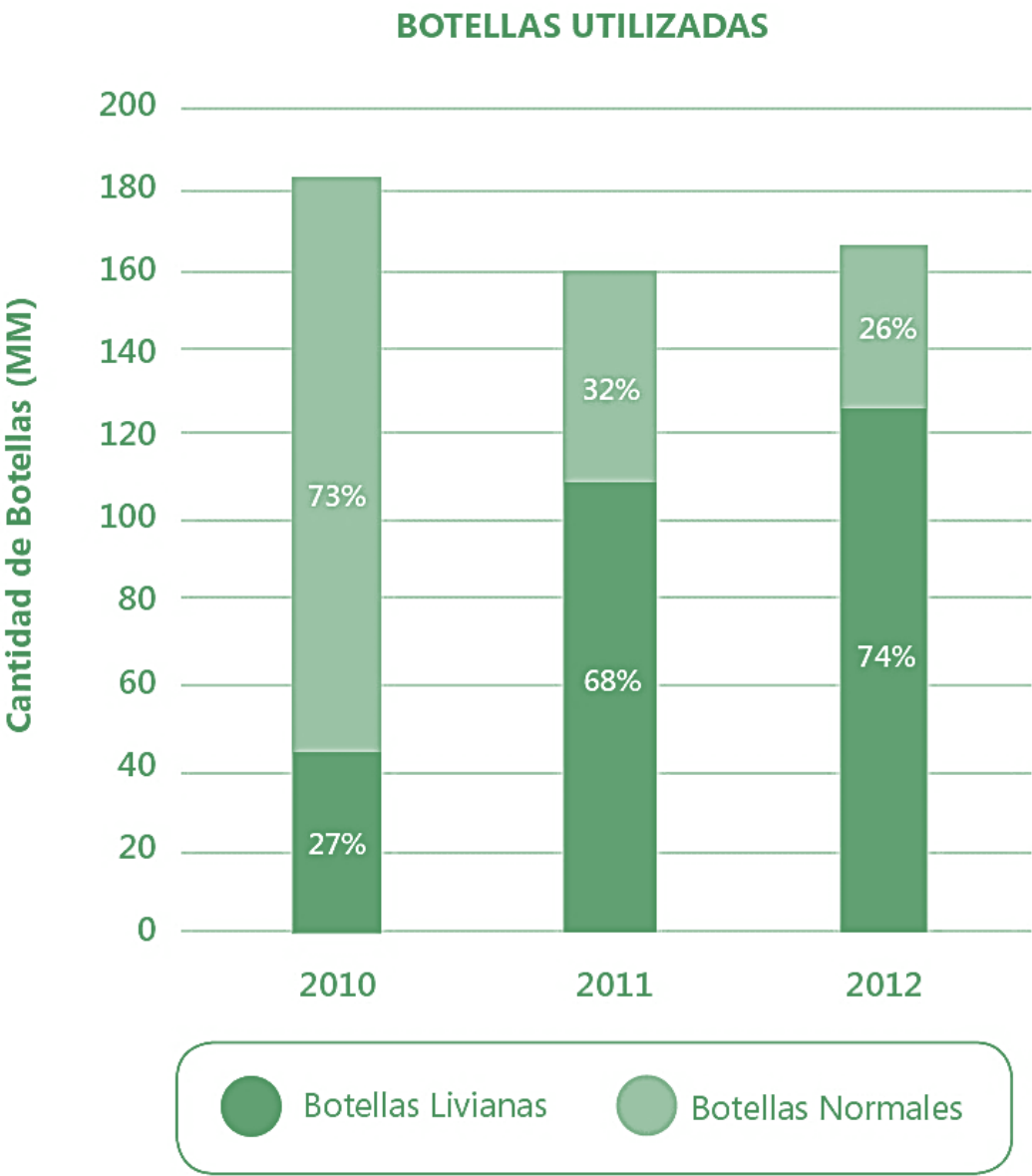
CONCHA Y TORO
DESDE 1883

Product
CO₂ NEUTRAL
Insetting
SCX
www.scx.cl → 0035-10102417

f SUNRISE WINES
SUNRISE-WINE.COM

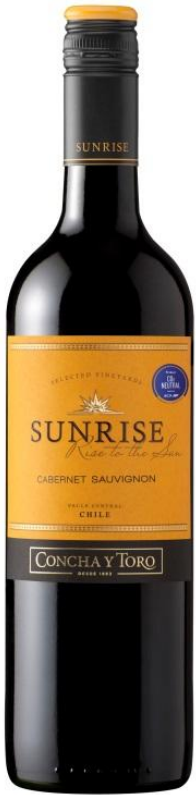
PROYECTO CLAVE: BOTELLAS LIVIANAS

EXPERIENCIA EN 2014 - INSETTING



Desde 2010 a 2012, disminuyó el consumo de vidrio en **17.811 ton.**, con su equivalente reducción en CO₂

DISMINUCIÓN DE EMISIONES POR USO DE BOTELLA LIVIANA			
AÑO	AHORRO VIDRIO (t CO ₂ e)	AHORRO TRANSPORTE (t CO ₂ e)	AHORRO TOTAL (t CO ₂ e)
2010	2.938	491	3.430
2011	6.663	1.302	7.965
2012	7.517	1.506	9.022
TOTAL	17.118	3.299	20.417



SUNRISE ENERGÍA

EXPERIENCIA EN 2021 – ENERGÍA RENOVABLE

La marca cambió de mercado principal.
Desarrolló un mensaje más sencillo para el
consumidor: Elaborado con energía solar,
100% renovable.



GRAN RESERVA | Serie Riberas

DE VIÑEDOS PROTEGIDOS ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO A
GRAN RESERVA DE BIODIVERSIDAD



CASILLERO DEL DIABLO

BOTELLAS LIVIANAS

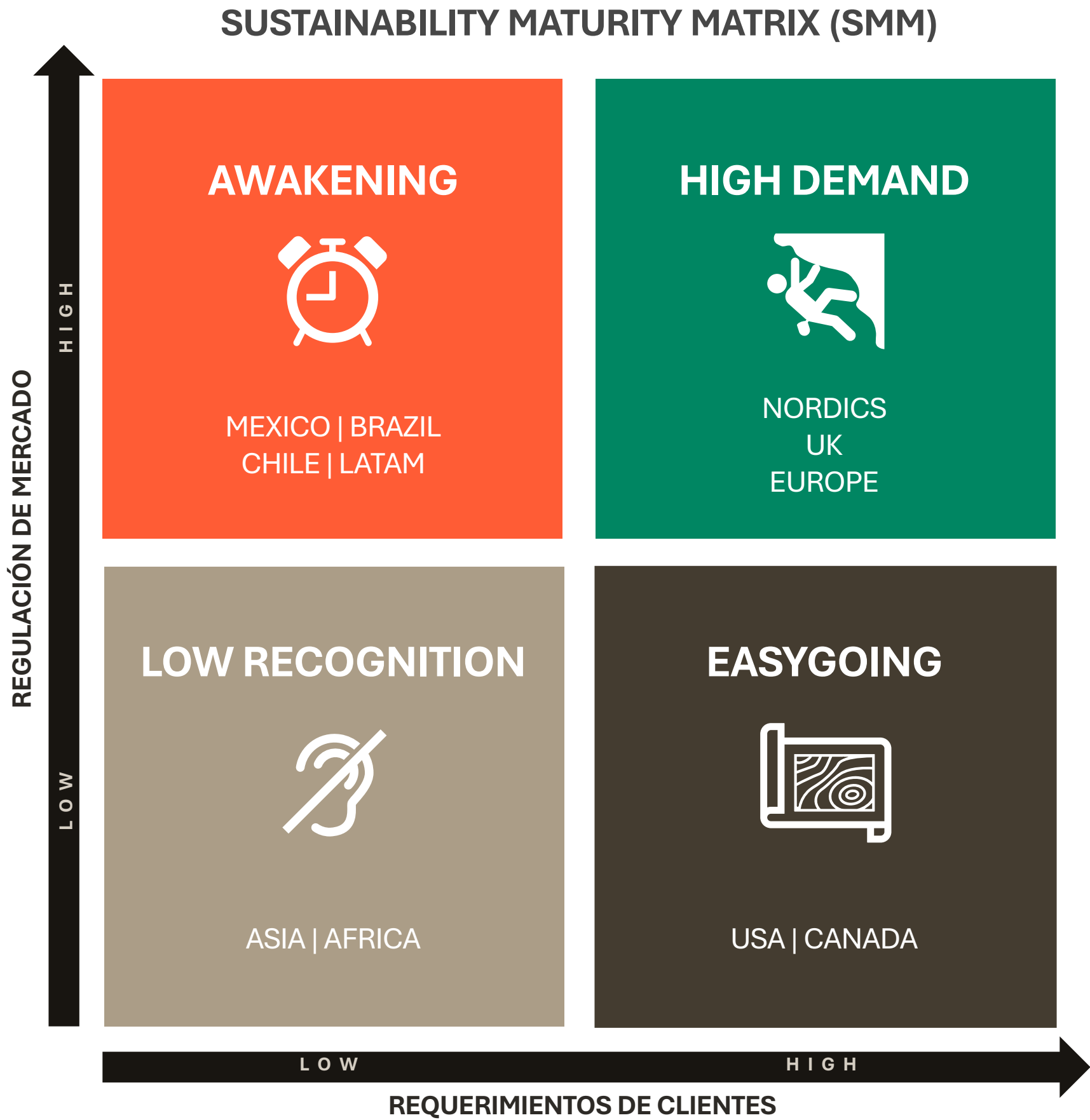


Casillero
del
Diablo

NEW LIGHTER BOTTLE: Reducing our carbon footprint

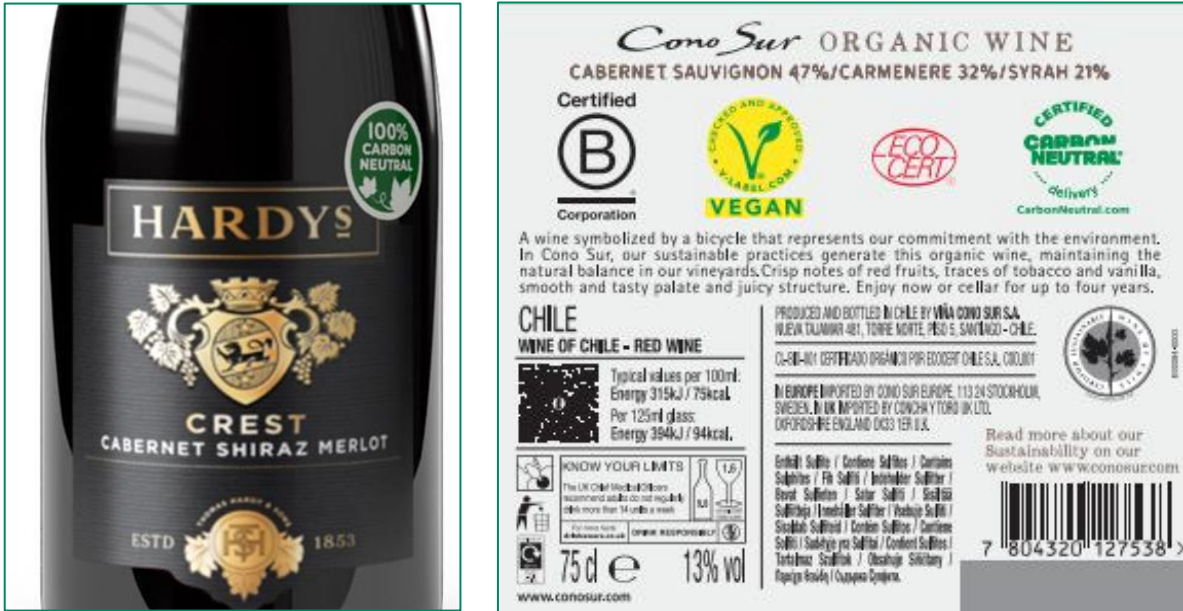


1. CONOCER AL CLIENTE Y AL CONSUMIDOR



2. COMPLEJIZACIÓN DE LA NORMATIVA

Crecientes y cada vez más complejos requerimientos normativos en los mercados clave de la compañía, obligan a mantener un sistema de monitoreo y alerta temprana para los temas relevantes.



TOPICS	Market Regulations (Potentially affect operations)				
	CHI	BR	MX	USA	CAN
1. Climate Change	Climate Change Law calls for net zero targets by 2050. Energy Efficiency Law that applies for the company. Gradual implementation.	BR has made progress in regulating the carbon market at the national level. Not applicable to the company.	A pilot emissions trading system has been operating since 2020 in its most intensive sectors, and several states have introduced carbon taxes to complement federal policy.	California leads the way with a cap-and-trade program. Not applicable for BOE. The company must monitor state frameworks, as these could involve indirect costs due to emissions incorporated into the products but not in short term.	Recently repealed its carbon tax by decree, opting for regulatory and market-based alternatives to comply with its 2030 Climate Strategy and achieve its Net Zero target by 2050.
GENERAL VIEW	The global regulatory framework on carbon is moving toward mandatory measurement, tracking, and allocation of costs for emissions , with Europe leading a comprehensive approach that some of this markets are following. However, no risk of noncompliance is observed in the markets analyzed since climate strategy of the company is fully aligned with international requirements. Weight of the bottles is crucial to reach the targets.				
2. Disclosure					
3. Taxonomy					
4. Waste					
5. Greenwashing					
Existing Regulations / Compliance Being Developed Not Existing Regulations					

3. BALANCE PRODUCTO V/S CORPORATIVO

A nivel consumidor, mensaje bajo en complejidad, corporativo, simple.

Mensaje técnico, métrica a nivel de producto se está enfocando a clientes (retail). Con los más avanzados se está desarrollando sistema que permita comparar huellas de carbono de producto.

A futuro se espera llegar con métrica a consumidor, pero ese escenario aún se ve lejano dado el perfil del consumidor.





VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —





CONGRESO Cemento & Concreto Verde 2050



11 AL **15**
MAYO 2026



Santiago,
Chile

EL ROL DEL
CEMENTO &
CONCRETO
DE CARA
AL CAMBIO
CLIMÁTICO