



Inside Viña Concha y Toro

VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —

Índice

03

Cap. 1

Overview

- 1.1** Acerca de Concha y Toro
- 1.2** Declaraciones corporativas
- 1.3** Filiales y unidades de negocio

13

Cap. 3

Fortalezas

- 3.1** Portfolio de clase mundial
- 3.2** Presencia global
- 3.3** Modelo de negocio
- 3.4** Liderazgo en sustentabilidad
- 3.5** Innovación basada en ciencia
- 3.6** Gobierno Corporativo

09

Cap. 2

Resultados 2025

- 2.1** Evolución ventas
- 2.2** Desempeño matriz de marcas

26

Cap. 4

Visión de crecimiento

- 4.1** Estrategia
- 4.2** Tendencias Positivas
- 4.3** Innovaciones y nuevos lanzamientos

Cap. 1

Overview

- 1.1** Acerca de Viña Concha y Toro
- 1.2** Declaraciones Corporativas
- 1.3** Filiales y unidades de negocio

1.1

Acerca de Viña Concha y Toro

Viña Concha y Toro es una empresa global líder en la industria vitivinícola con una trayectoria de más de 140 años.

Es el principal exportador de vinos de Latinoamérica y una de las marcas vitivinícolas más importantes a nivel mundial, con 11 oficinas de distribución ubicadas en sus principales mercados del mundo que permiten que sus productos estén presentes en más de 130 países.

Sus orígenes productivos en Chile, Argentina y Estados Unidos imprimen a sus vinos carácter e identidad, dando lugar a una gran familia de marcas globales únicas, reconocidas mundialmente por su calidad, innovación y sustentabilidad, como Casillero del Diablo, Don Melchor, Trivento y Bonterra, entre otras.

Posee 12.441 hectáreas de viñedos plantadas en los principales valles vitivinícolas de Chile, Argentina y Estados Unidos. Más recientemente se sumó Francia y México,

ampliando los orígenes productivos. A través del trabajo de su Centro de Investigación e Innovación (CII) en viticultura y enología, la compañía ha buscado ventajas competitivas, contribuyendo a la industria del vino.

Desde 2021, Viña Concha y Toro posee la certificación como Empresa B y recientemente ha sido destacada por S&P Global en el Dow Jones Best in Class Index como la viña más sustentable del mundo por sus prácticas ASG. Sus acciones transan en la Bolsa de Comercio de Santiago de Chile desde 1933.

Viña Concha y Toro en una mirada



Ventas totales:
\$975.333 millones.



Productor global de vino
N.3 en valor
N.4 en volumen
(IWSR)



N.2 Mayor hectáreas
plantadas con más
de 12 mil hectáreas.



Centro de Investigación
e Innovación único en
su categoría. US\$3 millones
de inversión anual en I+D+i.



4 Orígenes
productivos.



N.1 Marca chilena
más exportada:
Casillero del Diablo.

BODEGA
TRIVENTO
ARGENTINA

N.1 Marca argentina más
vendida ven el mundo.

BONTERRA
ORGANIC ESTATES.

N.1 Marca orgánica
en EE. UU. con Bonterra.



N.1 Exportador
de vino chileno.



N.1 en Sustentabilidad
según Dow Jones
Sustainability Index.



N.1 Importador en
Reino Unido y Brasil.



N.4 Exportador
de vino argentino.



Clasificación de riesgo:
AA (Feller Rate).

1.2

Declaraciones Coporativas

Propósito

Existimos para transformar cada copa de vino y cada encuentro alrededor del mundo en una experiencia memorable.

Visión

Ser una empresa líder global, centrada en el consumidor con foco en el desarrollo de marcas de vino Premium.

Misión

Creemos vinos de excelencia para el mundo, abrazando un futuro comprometido con la innovación, la sustentabilidad, el desarrollo de las personas y sus comunidades.

Cultura



Respeto



Colaboración



Apertura al cambio



Agilidad



Excelencia

1.3

Filiales y unidades de negocio

Filiales y subsidiarias productivas

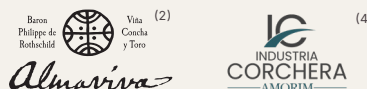


VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —



Coligadas



Oficinas de distribución

Chile: VCT Chile

Argentina: Bodega Trivento

EE. UU: VCT USA

Europa: VCT Europe

· Reino Unido: Concha y Toro UK

· Noruega: VCT Norway

· Suecia: VCT Sweden

· Finlandia: VCT Finland

Brasil: VCT Brasil

México: VCT & DG Mexico ⁽³⁾

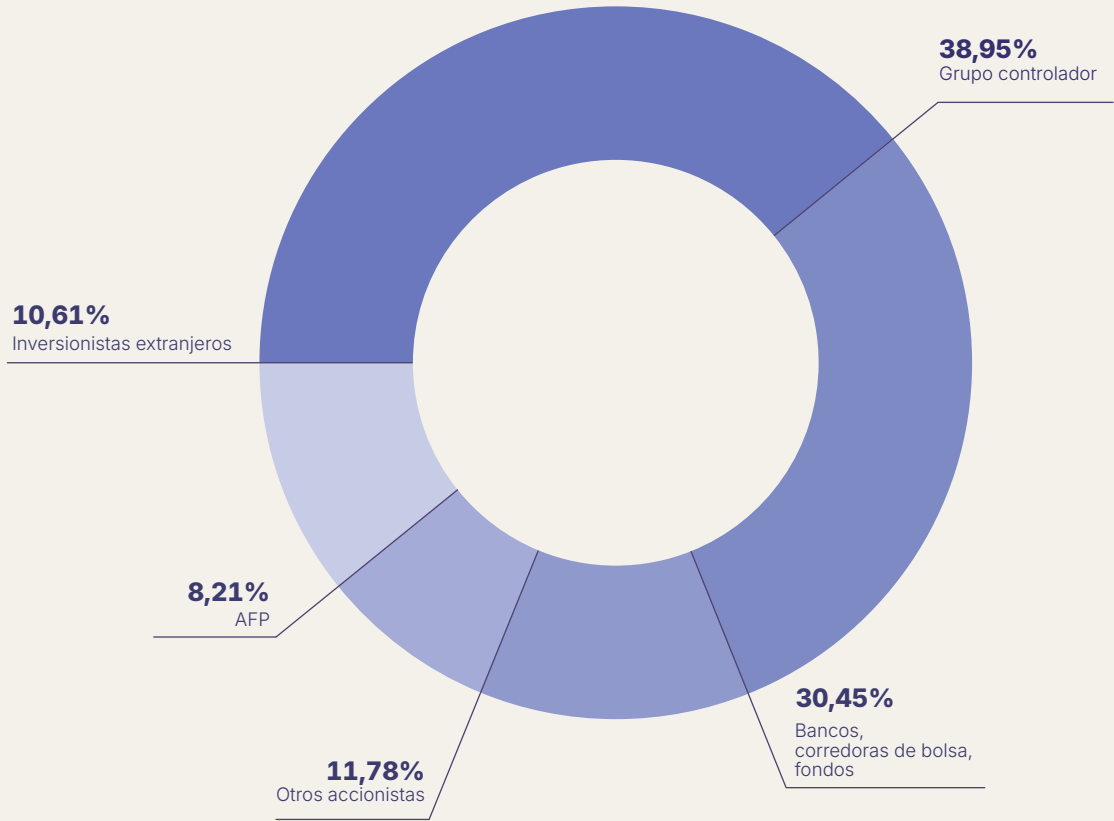
Singapur: VCT Asia

China: VCT China

(1) JV 88% Viña Concha y Toro – 12% Otros terceros. (2) JV 50% Viña Concha y Toro – 50% Baron Philippe de Rothschild. (3) JV 51% Viña Concha y Toro – 49% Digrans S.A. (4) JV 50% Viña Concha y Toro – 50% Amorim Cork S.A.

Estructura de Propiedad

a diciembre 2025



Cap. 2

Resultados 2025

2.1 Evolución ventas

2.2 Desempeño matriz de marcas

2.1

Evolución ventas

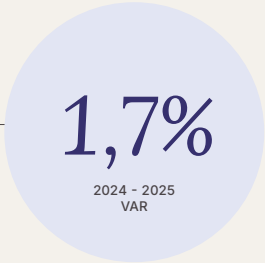
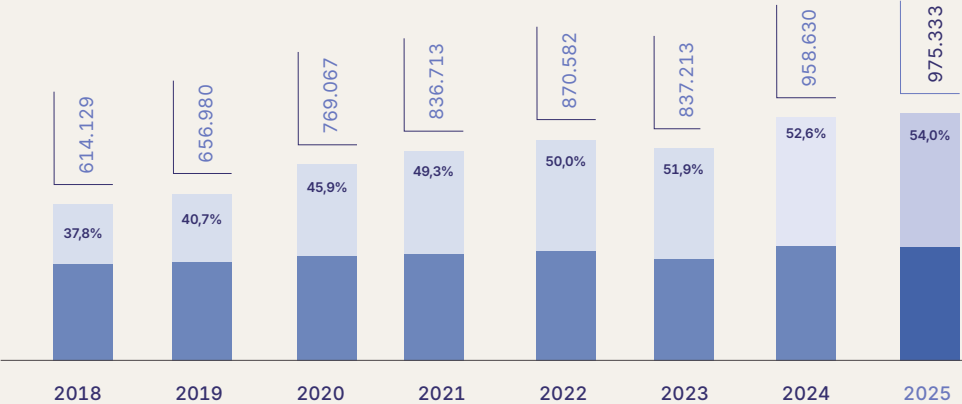
“ Viña Concha y Toro dio muestra de la solidez de su estrategia durante 2025. La potencia de sus marcas, la búsqueda de eficiencia a través de un modelo de negocio integrado verticalmente y la amplia red de distribución mundial tanto propia como con terceros, son algunas de las fortalezas que Viña Concha y Toro ha construido en el tiempo y que permitieron mostrar un positivo año”.

Rafael Guilisasti,
Presidente de Viña Concha y Toro

VENTAS Y PREMIUMIZACIÓN:

Viña Concha y Toro tuvo la capacidad de anticiparse y obtener un positivo desempeño en 2025, destacando en el sector vitivinícola. Las ventas aumentaron 1,7% interanual, principalmente por la resiliencia de las marcas premium y superiores, cuyas ventas en valor aumentaron 4,3% durante el año. Así, el 57% de las ventas de vino provino de marcas premium y superiores foco.

Ventas (millones de pesos) y mix (%)



2.2

Desempeño matriz de marcas

Crecimiento por categoría de marcas
(venta total en %)

Principal (*)



Invest (*)



Protect (*)



Watch



Super y Ultra Premium (**)



Otras marcas vino



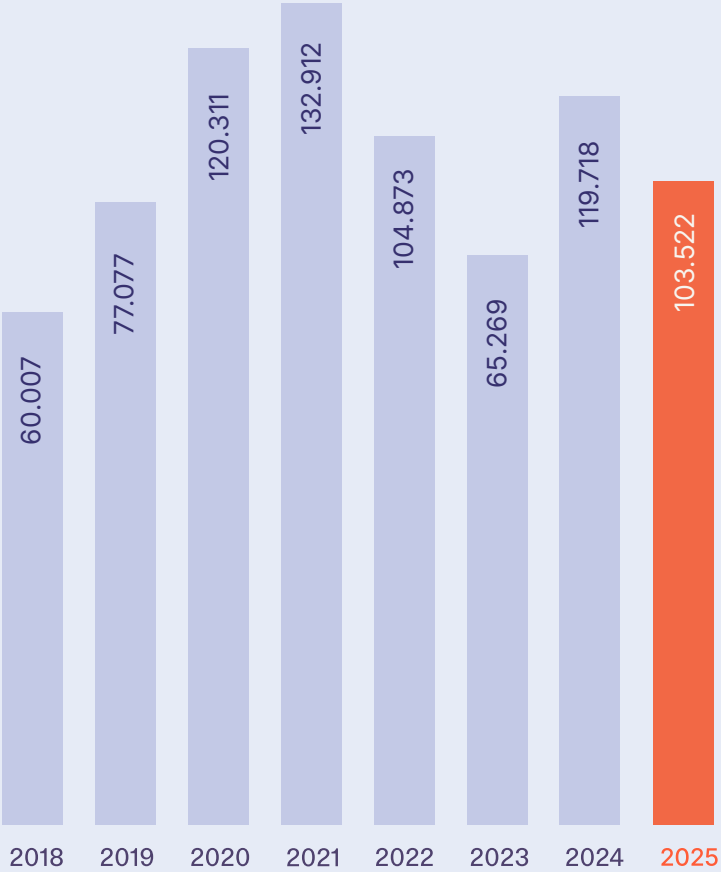
Total de vino



(*) Las imágenes mostradas en cada categoría son sólo ilustrativas y no representan el *portfolio* completo.
(**)Excluye marcas con categoría Super y Ultra Premium que caen en alguna de las categorías de la matriz de marca.

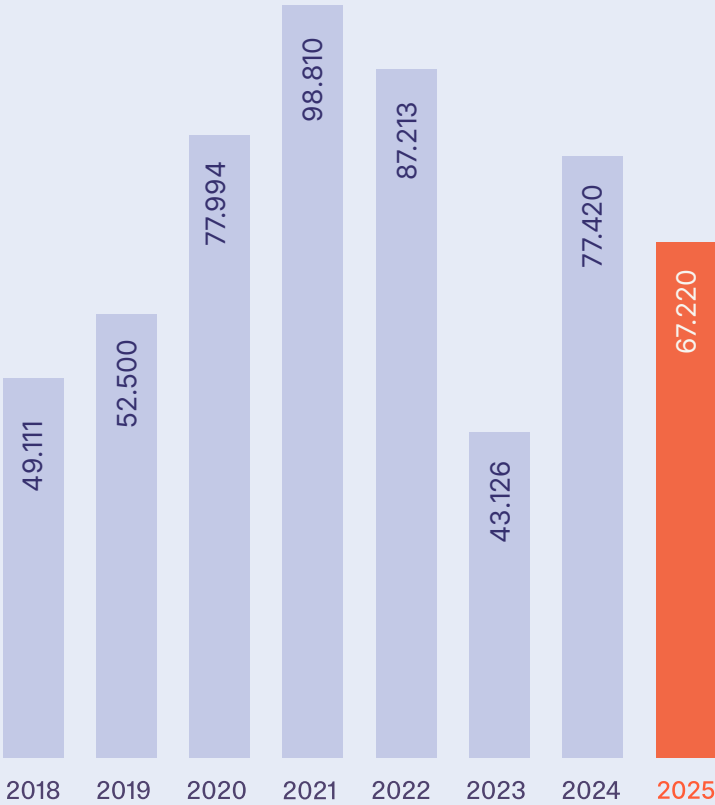
DESEMPEÑO OPERACIONAL POSITIVO

EBIT, millones de pesos



AÑADIENDO VALOR AL ACCIONISTA

Utilidad neta, millones de pesos



Cap. 3

Fortalezas

- 3.1** Portfolio de clase mundial
- 3.2** Presencia global
- 3.3** Modelo de negocio
- 3.4** Liderazgo en sustentabilidad
- 3.5** Innovación basada en ciencia
- 3.6** Gobierno Corporativo

3.1

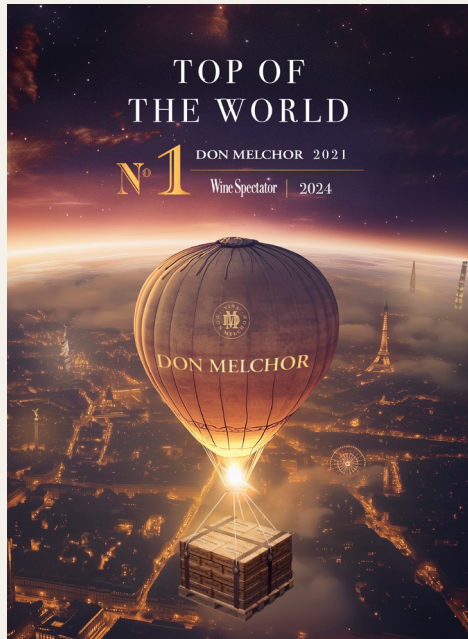
Portfolio de clase mundial



En los mercados prioritarios, al menos una marca de **Viña Concha y Toro** se ubica en el **TOP 5 de las más vendidas**. Año a año, Drinks International elige a Concha y Toro como una de las marcas de vino más admiradas del mundo.



Casillero del Diablo: la marca de vino chilena más vendida en el mundo.



Don Melchor: El vino N°1 del mundo según Wine Spectator, añada 2021.



Amelia Chardonnay: Vino N.1 de Chile según Tima Atkin y Wine Spectator.



Trivento: La marca argentina más vendida en el mundo.



Bonterra, la marca orgánica N°1 en Estados Unidos.

3.2

Presencia global

Amplia red propia de distribución internacional propia lo que otorga una mayor flexibilidad y conocimiento de tendencias de consumidores a nivel local.

+130

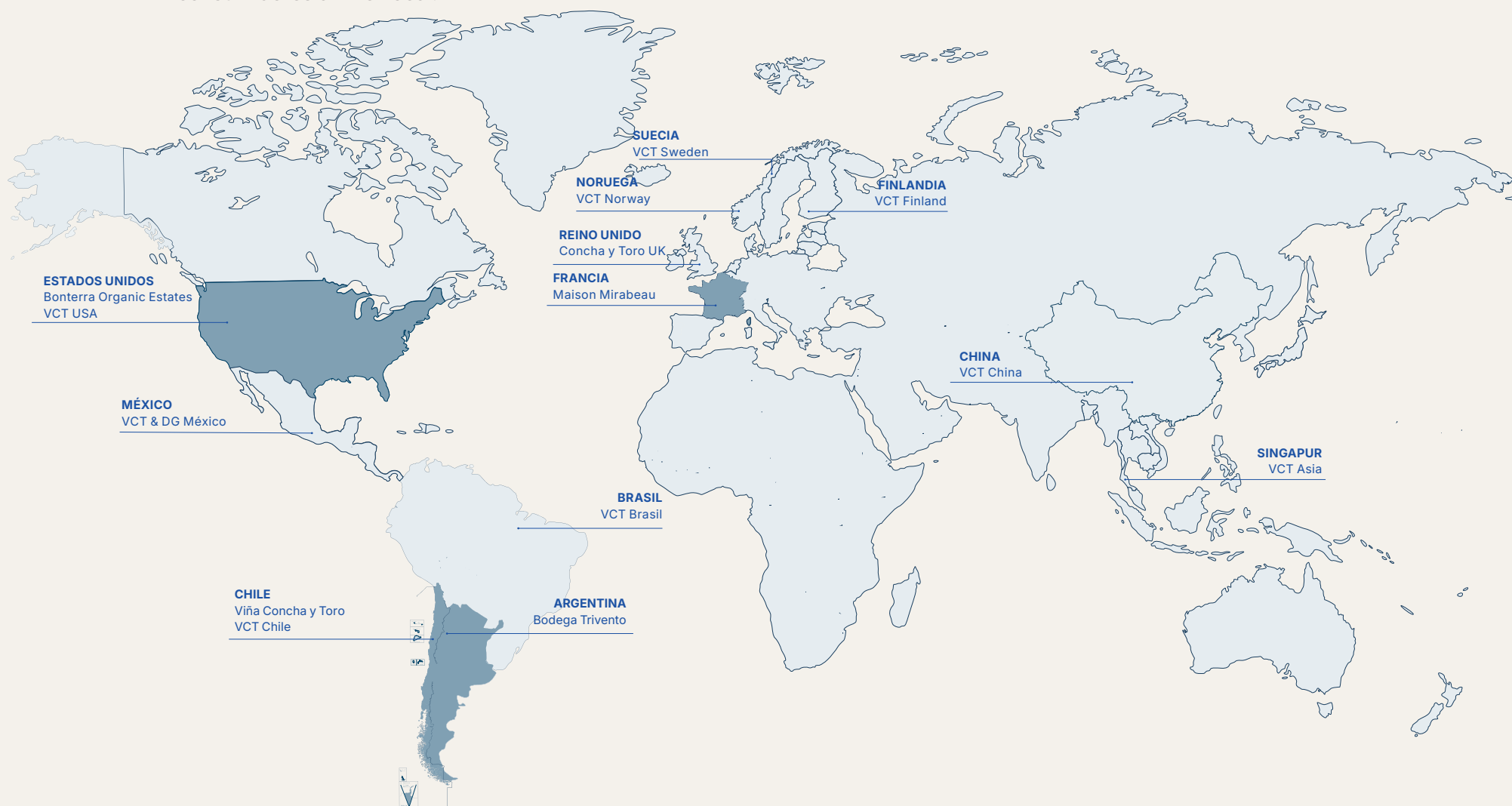
Países de Destino

04

Orígenes

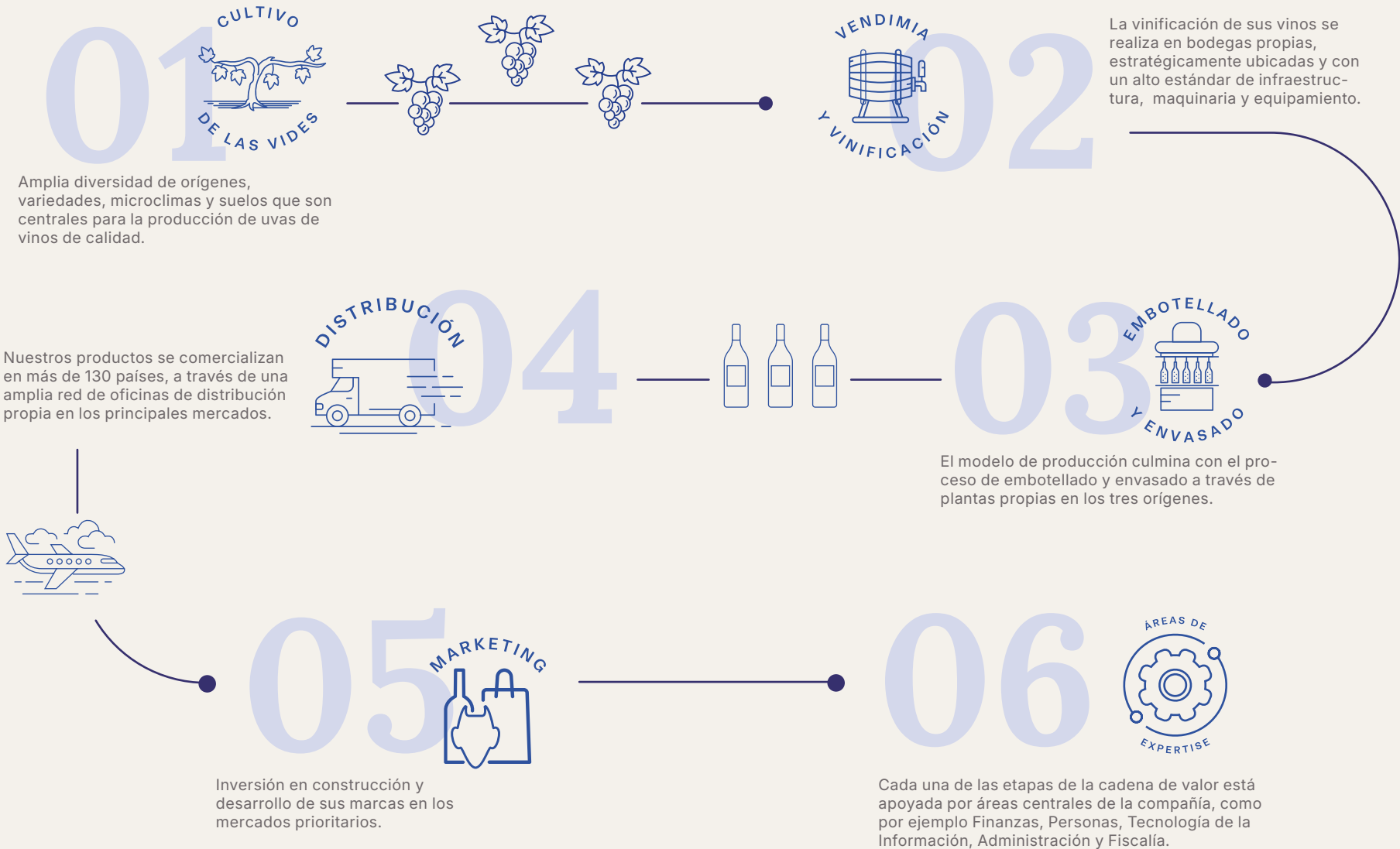
11

Oficinas en el Mundo

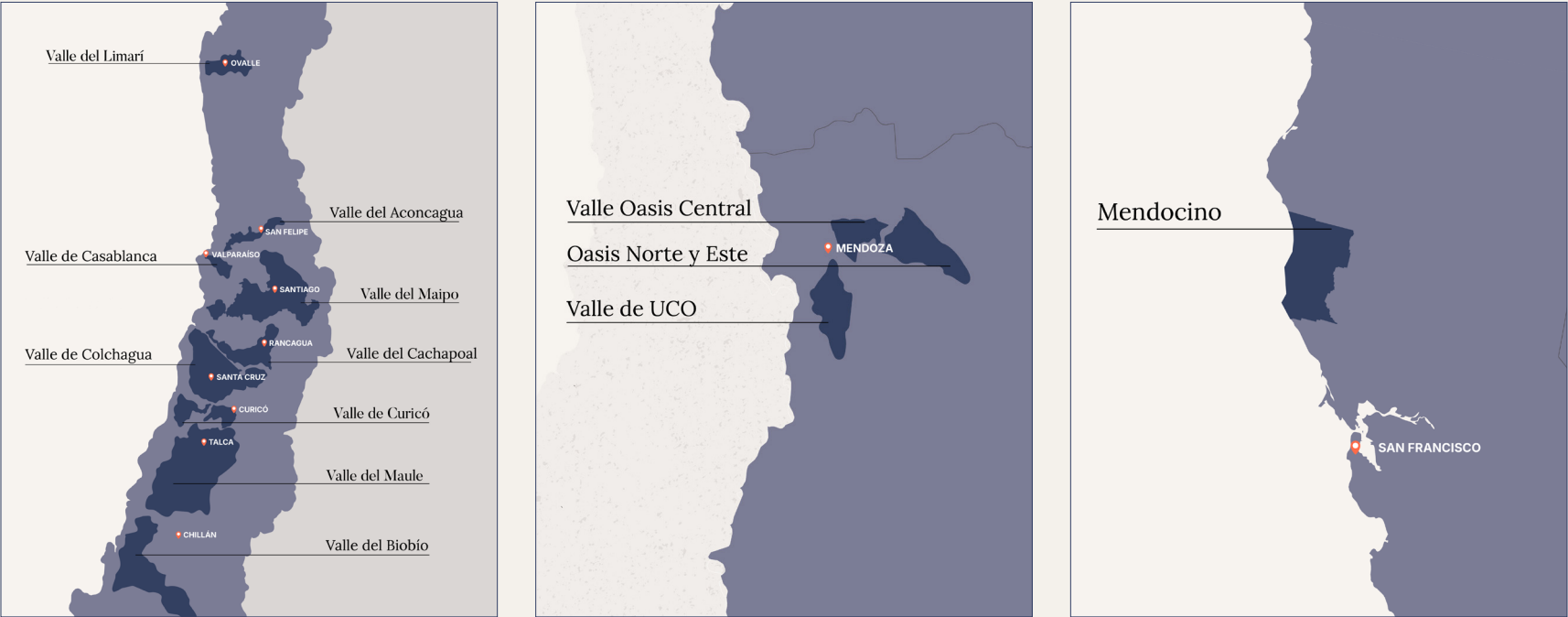


3.3

Modelo de negocio



Distribución de Operaciones



	Valles	Hectáreas plantadas	Viñedos	Bodegas	Plantas de envasado
Chile	9	10.655	57	12	3
Argentina	4	1.520	12	3	1
EE. UU.	1	266	10	1	1
Total	14	12.441	79	16	5

3.4

Liderazgo en sustentabilidad

Queremos ser líderes en la construcción de un futuro mejor, resiliente y regenerativo para las personas y el planeta, aportando a generar una experiencia memorable y dejando un legado de impacto positivo para sus grupos de interés.

La Estrategia de Sustentabilidad Corporativa Descorcha un Futuro Mejor® integra la sustentabilidad al modelo de negocio de Viña Concha y Toro y, a través de 2 ejes centrales: las Personas y el Planeta (People & Planet). Ocho programas son los que componen la estrategia de manera balanceada entre los temas sociales (4) y ambientales (4). Además, existe un eje transversal relacionado con la gobernanza de la sustentabilidad la cual permea en distintos niveles de la organización, asegurando coherencia en las decisiones.

Compromisos y metas 2030:



Agua

- Recomendaciones de riego en el 100% de viñedos.
- 1,5 L de agua por litro de vino producido.



Cambio Climático

- Reducir emisiones absolutas 50% (vs. 2017).
- Meta de cero emisiones netas al 2040.



Clientes y Consumidores

- Fortalecer el posicionamiento sustentable de la compañía.
- Ser reconocidos como la viña N°1 en sustentabilidad a nivel global.



Proveedores

- 100% de proveedores significativos evaluados con criterios ESG.
- Integrar criterios sociales y ambientales en la selección.



Programa Clave en el planeta

A partir de su ejercicio de doble materialidad, Viña Concha y Toro identifica los temas ambientales como parte central de su estrategia de sustentabilidad, por su relevancia tanto para los grupos de interés como para la resiliencia del negocio. Sobre esa base, agua, energía, residuos, acción climática y regeneración estructuran sus principales focos ambientales y se abordan de manera directa a través de los programas.



Regeneración

Por la naturaleza agrícola de su negocio, y a partir de su ejercicio de doble materialidad, Viña Concha y Toro reconoce la regeneración como un eje relevante de su estrategia de sustentabilidad. En este marco, impulsa prácticas regenerativas en suelo, flora y fauna nativa, fortaleciendo la biodiversidad y la resiliencia de sus viñedos y su entorno natural. Hoy el 100% de los viñedos de la compañía cuenta con prácticas regenerativas implementadas que buscan favorecer la generación de servicios ecosistémicos.

Los principales beneficios de estas prácticas son dos. Primero, incrementar la biodiversidad de los entornos del viñedo y permitir la proliferación de la flora y fauna, generando viñedos más resilientes. Segundo, a través de las prácticas regenerativas los suelos mejoran su salud y productividad y permiten remover carbono atmosférico generando una contribución directa a la reducción de los efectos del cambio climático.



Gestión del agua

Por la naturaleza agrícola y vitivinícola de su operación, y a partir de su ejercicio de doble materialidad, Viña Concha y Toro reconoce el agua como un tema clave para el negocio, ya que habilita la producción de uvas en calidad y cantidad necesarias para la elaboración de los vinos de la compañía. En ese marco, impulsa una gestión orientada a la eficiencia hídrica en viñedos, bodegas y plantas, promoviendo buenas prácticas, recomendaciones de riego, monitoreo y tecnologías que permitan un uso más racional del recurso a lo largo de todo el proceso productivo. Además, el 100% de los viñedos de la compañía cuentan con sistema de riego por goteo, asegurando que el uso del agua se realice de manera eficiente y responsable, mientras el Centro de Investigación de la compañía desarrolla nuevas tecnologías en preparación a los escenarios futuros.



Certificaciones y Reconocimientos

Viña Concha y Toro cuenta con certificación de Vinos de Chile desde el año 2013. Además, en materias ASG en general:

- Viña Concha y Toro es la viña más sustentable del mundo según la evaluación anual realizada por Standard & Poor para generar el Dow Jones Best-In-Class Index. La compañía cuenta con la certificación como Empresa B desde 2021 y la conservación de sus bosques está certificada por FSC® desde el año 2019.
- En materia climática, también forma parte de la certificación de huella de carbono que entrega International Wineries for Climate Action (IWCA), donde alcanzó la categoría Gold Member.
- La compañía es miembro de Sustainable Wine Roundtable, buscando promover la sostenibilidad global de la industria vitivinícola y participando del Acuerdo de Botellas Livianas, que busca reducir el peso de las botellas.

3.4

Innovación basada en ciencia



Los recursos totales destinados al Centro de Investigación e Innovación (CII) de Viña Concha y Toro durante 2025 fueron \$3.688 millones, siendo el 86% (\$3.158 millones) provisto directamente por la compañía, mientras que el resto correspondió a aportes de entidades públicas.

LA INNOVACIÓN COMO EJE DEL CRECIMIENTO DE VIÑA CONCHA Y TORO

Durante los diez años, este polo de investigación situado en la Región del Maule, se ha posicionado como un espacio abierto al ecosistema de I+D+i, que agrupa a más de 40 investigadores y profesionales, incluidos 13 PhDs. El centro cuenta con un laboratorio químico, un laboratorio de biología molecular, una bodega experimental y un centro de extensión. Cada área, equipada con tecnología de punta, aporta al objetivo de hacer de la industria vitivinícola una más eficiente y competitiva.

Gracias a las actividades impulsadas por el CII se logró el desarrollo de plantas 2.0 más resistentes, adaptadas y libres de virus; inteligencia artificial para optimizar procesos y potenciar la calidad de los productos de

Viña Concha y Toro; y el estudio de las ciencias sociales y del consumidor para comprender mejor las tendencias del mercado y las preferencias de los clientes.

DOCE AÑOS DE INNOVACIÓN APLICADA

A lo largo de esta década, el Centro de Investigación e Innovación ha liderado varios proyectos de gran impacto que han marcado un hito en la industria del vino. Algunos de los proyectos más emblemáticos incluyen:



1. App de Riego inteligente: permite a los viticultores recibir información en tiempo real sobre la evapotranspiración del viñedo, la humedad del suelo y los pronósticos meteorológicos, lo que facilita la toma de decisiones para regar de manera más eficiente. Gracias a esta herramienta, se ha logrado en promedio un 18% de ahorro de agua.



2. Plantas 2.0:

A través de innovaciones en biotecnología, el CII ha desarrollado plantas más resilientes que son más longevas y están mejor preparadas para enfrentar los efectos del cambio climático. Este proyecto ha permitido identificar y seleccionar vides libres de virus y hongos de la madera, garantizando la salud de los cultivos sin afectar la identidad y la calidad de cada una de las variedades, lo que resulta en una mayor eficiencia y calidad en la producción de vino.



3. Plataformas Digitales y Modelos de IA:

El CII ha creado plataformas digitales avanzadas para monitorear parámetros clave del viñedo, combinadas con modelos de inteligencia artificial para tomar mejores decisiones productivas. Estas plataformas proporcionan información en tiempo real utilizando satélites para predecir el volumen de la cosecha y estaciones micrometeorológicas para anticipar la calidad de la uva, mejorando así la precisión en la toma de decisiones y asegurando la calidad del producto final.



4. Vino Diablo:

En 2015, el CII comenzó a utilizar capacidades avanzadas de análisis químico-sensorial para medir parámetros clave como los polifenoles y aromas.

Con estas nuevas metodologías de análisis sensorial y la investigación del consumidor, se estudiaron vinos de la categoría de “radical reds”, lo que permitió contar con valiosa información. Este vino es un claro ejemplo de cómo la ciencia y la innovación se fusionan para crear productos revolucionarios que son exitosos en los distintos mercados.



5. Suelos vivos, saludables y productivos:

La investigación y la generación de nuevos conocimientos aplicados ha permitido focalizar y adaptar diversas prácticas regenerativas a las condiciones productivas de Viña Concha y Toro y la industria del vino. Destacan modelos para determinar existencias de carbono en los suelos y la optimización de las metodologías de compostaje y su aplicación al suelo, en una lógica circular.

3.6 Gobierno Corporativo



Rafael Guilisasti
PRESIDENTE



Felipe Larraín
VICEPRESIDENTE



Pablo Guilisasti
DIRECTOR



Rafael Marín
DIRECTOR



Janet Awad
DIRECTORA



Blanca Bustamante
DIRECTORA



Sandra Porcile
DIRECTORA INDEPENDIENTE



Eduardo Guilisasti
GERENTE GENERAL

Cap. 4

Visión de Crecimiento

- 4.1** Estrategia
- 4.2** Tendencias Positivas
- 4.3** Innovaciones y nuevos lanzamientos

4.1

Estrategia

“Apostar a Viña Concha y Toro es apostar al crecimiento, tenemos todos los fundamentos para ello”, Eduardo Guilisasti, Gerente General de Viña Concha y Toro.

La estrategia de negocio de la compañía está diseñada para alcanzar un crecimiento sostenido en base a sus ventajas competitivas para, de esta manera, cumplir con el propósito de Viña Concha y Toro de transformar cada copa de vino y cada encuentro alrededor del mundo en una experiencia memorable.

Desde 2017, la compañía adoptó un camino que apunta a la premiumización del portfolio de productos para elevar la rentabilidad de manera sostenida y sustentable, así como también, a la transformación operacional, para ser una empresa moderna, más ágil y más simple.

La focalización es un concepto clave para el éxito de esta estrategia. Se busca una penetración y participación de mercado crecientes en los países prioritarios definidos, con un conjunto de marcas prioritarias, cada una con un posicionamiento claro y estratégico que complementan la oferta comercial.

La matriz de marcas es una herramienta que permite gestionar el portfolio según su potencial y relevancia, la que se actualiza anualmente.

4.2 Tendencias Positivas

Tendencias positivas de crecimiento en la industria.

- Moderación de consumo y creciente demanda por productos sin alcohol y bajo alcohol.
- Frescura: consumidor está buscando frescura, elevando la demanda por vinos blancos y rosados, así como también espumantes.
- Experimentación: consumidores están más abiertos a considerar el vino para preparaciones, mezclas.
- Premiumización: consumo de vinos premium y superiores es una tendencia que persiste.
- Simplicidad
- Dulces
- Economía de bolsillo



4.3

Innovaciones y nuevos lanzamientos

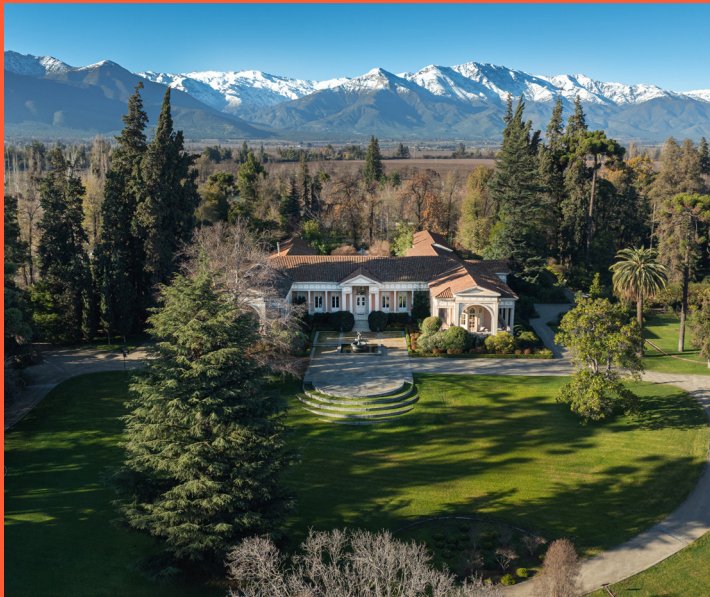


Turismo

Centro del Vino Concha y Toro

Desde su creación en 2025, el Centro del Vino Concha y Toro se posiciona como un **destino enoturístico de clase mundial** que sitúa a Chile a la vanguardia del turismo del vino.

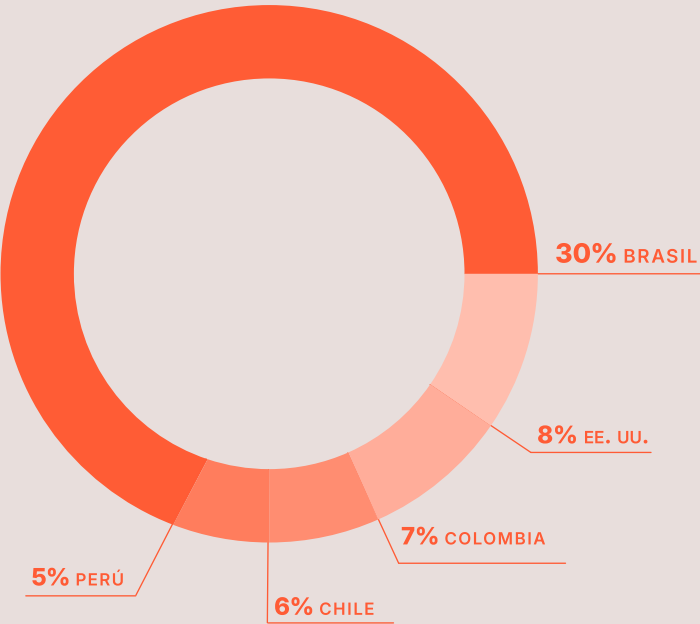
Concebido como una experiencia inmersiva de clase mundial, este espacio representa una síntesis virtuosa entre historia, innovación, patrimonio, arte y vinos de excelencia, **proyectando el legado de Concha y Toro hacia las futuras generaciones.**





Ubicado en Pirque y a sólo 20 kilómetros de Santiago, el Centro del Vino se consolida como un nuevo polo cultural y turístico del país.

A través de un recorrido museográfico que envuelve toda la experiencia, este lugar ofrece una profunda puesta en valor del patrimonio vitivinícola chileno y una experiencia sin precedentes en América Latina.



CERCA DE
200.000
visitantes al año

Resumen financiero consolidado
(millones de pesos)

	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018
Estados de resultados								
Ingresos	975.333	958.630	837.213	870.582	836.713	769.067	656.980	614.129
Ganancia bruta	376.174	372.692	309.431	341.721	334.920	307.870	241.397	204.586
Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales	103.522	119.718	65.269	104.873	132.912	120.311	77.077	60.007
EBITDA ⁽¹⁾	152.760	157.655	96.020	135.867	164.250	148.487	104.557	86.025
Ganancia neta de la controladora	67.220	77.420	43.126	87.213	98.810	77.994	52.500	49.111
Como porcentaje de los ingresos								
Margen bruto	38,6%	38,9%	37,0%	39,3%	40,0%	40,0%	36,7%	33,3%
Margen operacional	10,6%	12,5%	7,8%	12,0%	15,9%	15,6%	11,7%	9,8%
Margen EBITDA	15,7%	16,4%	11,5%	15,6%	19,6%	19,3%	15,9%	14,0%
Margen neto	6,9%	8,1%	5,2%	10,0%	11,8%	10,1%	8,0%	8,0%
Balance								
Total activos	1.737.157	1.718.769	1.636.537	1.580.181	1.444.396	1.279.693	1.253.817	1.144.480
Total pasivos	871.082	893.877	854.453	816.073	779.890	631.118	659.783	572.327
Total patrimonio	866.075	824.892	782.084	764.109	664.505	648.575	594.034	572.153
Deuda financiera neta ⁽²⁾	345.833	355.460	389.255	321.915	240.573	201.374	266.898	250.413
Rentabilidad activos ⁽³⁾	3,9%	4,6%	2,7%	5,6%	7,4%	6,0%	4,4%	4,4%
Rentabilidad patrimonio ⁽⁴⁾	7,8%	9,4%	5,6%	11,9%	14,9%	12,8%	8,9%	8,7%
ROIC ⁽⁵⁾	6,7%	8,0%	4,8%	9,1%	11,3%	10,3%	7,2%	7,4%
Deuda financiera neta / patrimonio	39,9%	43,1%	49,8%	42,1%	36,2%	31,0%	44,9%	43,8%
Ganancia por acción (\$)	90,96	104,76	58,36	118,01	133,61	104,41	70,28	65,74
Dividendos por acción (\$) ⁽⁶⁾	45,50	41,90	23,35	47,20	53,40	41,80	28,10	25,00
Precio de la acción al 31 de diciembre (\$)	1.025,0	1.090,0	1.037,6	1.070,0	1.310,0	1.233,7	1.415,8	1.354,6

(1) EBITDA = Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales + Depreciación + Amortización + Castigos no flujo (2) Deuda Financiera Neta = Deuda Financiera Bruta incluyendo el efecto de Derivados relacionados a la Deuda Financiera – Intereses – Efectivo y equivalente al efectivo (3) Rentabilidad Activos = Ganancia Neta de la Controladora / Promedio Activos (4) Rentabilidad Patrimonio = Ganancia Neta de la Controladora / Promedio Patrimonio (5) ROIC = (Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales + Diferencia de Cambio - Impuestos)/ (Promedio Patrimonio + Promedio Deuda Financiera Neta) (6) Dividendos por acción corresponden a los dividendos provisorios y finales declarados, correspondiente a las ganancias del ejercicio del año señalado. *Promedio Considera Saldos Últimos Cuatro Trimestres



Para mayor información:

Investor Relations:

conchaytoro-ir@conchaytoro.cl

Comunicaciones Corporativas:

vinaconchaytoro@conchaytoro.cl

[www !\[\]\(c428d2e50ffe0e934b3cfcdbc1ca5f24_img.jpg\) vinacyt.com](http://www.vinacyt.com)