

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD GRUPO SAN PEDRO TARAPACÁ



2009 / 2008

Sustainability Report VSPT Wine Group



Alcances del Reporte

El presente documento es el primer Reporte de Sostenibilidad anual que realiza Viña San Pedro Tarapacá S.A. (o Grupo San Pedro Tarapacá, o también, Grupo VSPT), para dar a conocer públicamente el desempeño económico-financiero, social y medioambiental de la organización en el período comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2009, comparativo a igual período de 2008.

Toda la información que aquí se entrega nace de la gestión sostenida y sistemática de la organización.

La disposición de este material en un solo documento permitirá dimensionar el impacto de las acciones que realizamos en pos del desarrollo sostenible, tomando en cuenta las necesidades y exigencias de nuestras partes interesadas.

En esta primera oportunidad y de acuerdo con el principio de materialidad que exige la metodología -es decir, aquello que es pertinente para la organización-, informaremos nuestro quehacer a través de **46 indicadores**, de un total de 79 propuestos, lo que significa que podemos autodeclararnos en **Nivel de Autocumplimiento B**.

Los indicadores a través de los cuales informaremos nuestro quehacer, abordarán, en esta oportunidad sólo la gestión de la unidad de negocios de Viña San Pedro, considerando sus plantas de Molina y Lontué ubicadas en la VII Región, así como sus campos en Molina, Penciahue, Totihue y Chépica. El compromiso es ir agregando información sobre la gestión de las demás unidades de negocios del grupo en futuros reportes.

Producto de la fusión entre los grupos de viñas San Pedro y Tarapacá, ocurrida a finales del 2008, la mayoría de los indicadores no son comparables al año anterior, por lo que sólo serán reportados los datos correspondientes al año 2009. En los casos en que sí se pueda realizar la comparación, se informarán ambos. Dado que esta es una situación excepcional, nos comprometemos a mejorarla en nuestros próximos reportes.

2

Una excepción es el alcance de la información correspondiente al primer indicador económico financiero, que abarca a todo el Grupo VSPT, es decir, incluye la gestión de Viña San Pedro, Viña Tarapacá, Viña Santa Helena, Viña Misiones de Rengo, Viña Altaír, Viña Mar, Viña Casa Rivas, Finca La Celia y Bodega Tamarí, con el fin de reflejar la real salud económico-financiera de la empresa. Los demás indicadores de la dimensión financiera se apegan al alcance indicado anteriormente.

Apartir de este primer informe, asumimos el compromiso de editar anualmente nuestro Reporte de Sostenibilidad, de acuerdo con los principios de calidad y contenido reindicadas en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Tercera Generación, del Global Reporting Initiative (GRI), ampliamente reconocida a nivel mundial.

Para la definición de los contenidos y el desarrollo de este reporte, un equipo de profesionales de nuestra empresa participó en el proyecto de “Transferencia de la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) para hacer reportes en las viñas chilenas”, impulsado por los Consorcios del Vino (Vinnova y Tecnovid), pertenecientes a Vinos de Chile A.G., co-financiado por CORFO e impartido por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV).

Los datos cuantitativos y cualitativos contenidos en este reporte han sido obtenidos a partir de la gerencia del Grupo San Pedro Tarapacá.

Para cuestiones relativas a este reporte, puede comunicarse con:

Andrea Zwanzger Sánchez

Jefa de Desarrollo Sustentable

Grupo San Pedro Tarapacá

Vitacura 4380 piso 6, Santiago de Chile

Fono: (56-2) 477 53 00

azwanzg@vspt.cl

www.vsptwines.com

Scope of the Report

This document is the first annual Sustainability Report that is performed by VSPT Wine Group, (or VSPT) to make known publicly the economic -financial, social and environmental performance of the organization in the period comprised between January the 1st and December the 31st of 2009, compared with the same period of 2008.

All the information provided herein arises from the sustained and systematic management of the organization.

The layout of this material in a single document will allow us to size the impact of the actions that we perform for sustainable development, taking into account the needs and demands of our interested parties.

In this first opportunity and in accordance with the principle of the materiality that the methodology demands - that is, which is pertinent for the organization-, we shall inform about our activities through **46 indicators** of a total of 79 proposals, which means that we can self declare ourselves in the level of **Self compliance B**.

The indicators through which we shall report our activities, will address, on this occasion, only the management of the business unit of Viña San Pedro, considering the Molina and Lontue plants located in the VII Region, as also their fields in Molina, Penciahue, Totilhue and Chépica. The commitment is to add information gradually on the management of the rest of the business units of the group in future reports.

As a result of the merger between the groups of wineries San Pedro and Tarapacá, that occurred at the end of 2008 most of the indicators are not comparable to the previous year, so only the data corresponding to the year 2009 will be reported. In those cases where the comparison can be made, both years will be reported. As this is an exceptional situation we commit ourselves to improve it in our next reports.

An exception is the scope of the information corresponding to the first economic financial indicator, that comprises all the VSPT Group, that is to say, it includes the management of the wineries San Pedro, Tarapacá, Santa Helena, Misiones de Rengo, Altair, Casa Rivas, Finca La Celia and Bodega Tamari, with the purpose of reflecting the real economic-financial health of the company. The rest of the financial dimension indicators are in concordance to the scope indicated previously.

From this first report, we assume the commitment publish annually our sustainability report in accordance with the principles of quality and contents re-indicated in the Guide for the Preparation of Sustainability Reports of Third Generation, of the Global Reporting Initiative (GRI), recognized worldwide.

For the definition of the contents and the development of this report, a team of professionals of our company participated in the project of “Transfer of the methodology of the Global Reporting Initiative (GRI) to make reports in the Chilean vineyards”, driven by the consortiums of Wine (Vinnova and Tecnovid) belonging to Vinos de Chile A.G., co-financed by CORFO and imparted by Centro Vincular of Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV).

The quantitative and qualitative data contained in this report have been obtained from the Management of the VSPT.

For any matters relative to this report you can communicate with:

Andrea Zwanzger Sánchez

Head of Sustainable Development

VSPT Wine Group

Vitacura 4380 piso 6, Santiago de Chile

Phone: (56-2) 477 53 00

azwanzg@vspt.cl

www.vsptwines.com

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL

Estimados Amigos y Colaboradores

Bienvenidos al primer Reporte de Sostenibilidad anual del Grupo San Pedro Tarapacá, para el período entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2009, comparativo al año 2008, que da a conocer el desempeño económico-financiero, social y medioambiental de nuestra organización. Con este reporte buscamos expresar la relevancia que le damos a nuestra responsabilidad hacia el medio ambiente y el compromiso que tenemos con su cuidado, como también, a la meta de ser responsables con nuestros trabajadores, proveedores, comunidades, clientes y consumidores.

El Grupo VSPT ha venido desarrollando en la última década un fuerte compromiso con el desarrollo sostenible, que trabajamos de manera responsable, proactiva y consciente, porque pertenecemos a una industria que depende de la Madre Naturaleza. Por esto, nos preocupamos de todo lo que nos rodea y apuntamos a que nuestras acciones presentes dejen un mundo mejor a nuestros descendientes, que además nos permita seguir produciendo vinos de calidad.

Pero además de esto, el énfasis del grupo es extender el ámbito de su actuar sustentable, más allá de los temas de inherente connotación medioambiental, para abarcar la responsabilidad social, que implica dar un apoyo más global a nuestros trabajadores y sus familias, así como una contribución planificada a largo plazo hacia las comunidades en las cuales la empresa y sus viñedos están inmersos, además de generar relaciones cordiales y de mutuo beneficio con nuestros clientes y consumidores alrededor del mundo.

De hecho, la sostenibilidad está integrada en nuestro modelo de gestión, como uno de los pilares del plan estratégico establecido para el trienio 2008-2010, aprobado por el Directorio en diciembre de 2007.

Las viñas del grupo han invertido montos y esfuerzos importantes en proyectos medioambientales, los cuales han incluido entre otras cosas, la gestión integrada en el manejo del viñedo, programas de reforestación, tratamiento de residuos de última generación, compostaje y reciclaje, así como el cultivo orgánico certificado de parte de nuestros viñedos. Además, en concordancia con el objetivo de ofrecer máxima calidad en nuestros productos y tener procesos eficientes y amigables con el medioambiente, San Pedro Tarapacá es uno de los grupos chilenos de viñas con el mayor número de certificaciones de calidad y seguridad en la industria local.

El año 2009 fue un período muy importante para el grupo en términos de la sostenibilidad. En este período implementamos botellas livianas, que reducen los residuos de vidrio y las emisiones de CO₂; iniciamos proyectos de eficiencia energética, instalando motores, alternadores y luminaria que ahorran energía; y medimos la Huella de Carbono de nuestra Planta Molina, cuyos resultados determinaron proyectos e iniciativas que nos permiten seguir mejorando la gestión. Uno de nuestros focos para el 2010 es reducir nuestras emisiones directas a través de proyectos de eficiencia energética.

Este año fue muy especial para nosotros, porque ha sido el primer período de vida del Grupo VSPT, la nueva empresa creada en diciembre de 2008 a partir de la fusión de las viñas del grupo San Pedro, con las del grupo Tarapacá. A un año de la fusión, hemos constatado que ésta funciona de acuerdo con lo planeado y ha demostrado avances sustantivos.

Fue precisamente a partir de este proceso de fusión, que comenzamos a darnos cuenta de que cada viña tenía iniciativas y proyectos de desarrollo sostenible independientes, de larga data algunos, que formaban un interesante conjunto de tópicos económicos, sociales y medioambientales que era necesario gestionar de mejor manera.

La estrategia a mediano plazo ha sido la de catastrar, estandarizar y extender programas y planes, bajo un compromiso sostenible “paraguas” para todo el grupo. Este busca la mejora continua de los indicadores y la gestión de estos temas en conjunto, de modo que todas las viñas tengan planes sostenibles básicos comunes, y en una segunda etapa, cada bodega pueda materializarlos y enfatizar aspectos de acuerdo con sus ventajas, vocación y características propias.

Todo esto se dio dentro de un desafiante año 2009, marcado por una crisis económica mundial. En medio de este entorno internacional decaído, avanzamos en cimentar nuestras bases, en trabajar en equipo y fuimos capaces, especialmente en el segundo semestre, de acelerar el ritmo de crecimiento. Este desempeño confirmó la consolidación de nuestra fusión y de nuestros equipos comerciales, de ventas, operaciones, agrícola y enológicos, de manera que cuando la economía comenzó a recuperarse, estuvimos capacitados para retomar el crecimiento sobre bases sólidas y profundas.

Estamos iniciando un camino -con este primer reporte y nuestro compromiso grupal-, que tomamos con mucha seriedad y entusiasmo. Queda mucho por avanzar, sin duda. Por eso, invitamos cordialmente a todas nuestras partes interesadas a acompañarnos en la ruta del desarrollo sostenible, a través de la lectura de este informe que realizamos para comunicarles dónde estamos y hacia dónde nos dirigimos. Los instamos a participar e imbuirse en este renovado compromiso que nos mueve.



A handwritten signature in black ink, which appears to read 'J. Bitar'.

Javier Bitar Hirmas
Gerente General
Grupo San Pedro Tarapacá

MESSAGE OF THE GENERAL MANAGER

Dear Friends and Collaborators

Welcome to the annual Sustainability Report of the VSPT Wine Group for the period between January 1st and December 31st, 2009, compared with the year 2008, which shows the economic financial, social and environmental performance of our organization. With this report we seek to express the relevance that we give to our responsibility towards the environment and the commitment to care for it, as also, the goal of being responsible with our workers, suppliers, communities, clients and consumers.

The VSPT Wine Group has been developing in the last decade a strong commitment with the sustainable development and we work in a responsible, proactive and conscious way because we belong to an industry that depends from Mother Nature. For this reason we care about everything that surrounds us, aiming that our present actions leave a better world to our descendants, and in addition allows us to continue producing quality wines.

But beside this, the emphasis of the group is to extend the scope of its sustainable act beyond the issues of inherent environmental connotation, to comprise the social responsibility, which implies giving a more global attention to our workers and their families, as well as a long term planned contribution towards the communities in which the company and its vineyards are immersed, apart from generating cordial relations of mutual benefit with our clients and consumers around the world.

In fact, the sustainability is integrated in our model of management as one of the pillars of the strategic plan established for the three years 2008/2010 approved by the board of directors in December 2007.

The vineyards of the group have invested substantial amounts and efforts in environmental projects, which have included among other things, the integrated management of the vineyards, reforestation programs, last generation residues treatment, compost and recycling as well as the certified organic cultivation of part of our vineyards. In addition, in concordance with the objective of offering products of maximum quality and having efficient and environmentally friendly processes, VSPT is one of the Chilean groups of vineyards with the greatest numbers of certifications of quality and safety in the local industry.

2009 was a very important year for the group in terms of sustainability. In this period we implemented lightweight bottles, which reduce the glass residues and the CO₂ emissions, initiate energy efficiency projects installing motors, alternators and energy-saving lamps, and we measured the Carbon Footprint of our Molina Plant, whose results determined projects and initiatives that enable us to continue improving the footprint management. One of our focuses for 2010 is to reduce our direct emissions through energetic efficiency projects.

This year was very special for us as it has been the first period of life of the VSPT Wine Group, the new company created in December 2008 from the merger of the wineries of San Pedro group, with those of the Tarapacá group. One year after the merger, we have evidenced that it works as planned and has demonstrated substantial progress.

It was precisely from this merger, that we began to realize that each winery had independent initiatives and sustainable development projects, some of long data, which formed an interesting collection of economic, social and environmental issues that needed better management.

The medium-term strategy has been to cadastre, standardize and extend programs and plans, under a sustainable commitment that acts as an “umbrella” for the entire group. It seeks continuous improvement of the indicators and the management of these issues together, so that all the wineries have common basic sustainable plans, and in a second stage, each winery can materialize and emphasize aspects according with their advantages, vocation and own characteristics.

All this happened within a challenging year 2009, marked by a global economic crisis. In the midst of these deteriorated international surroundings, we advanced in strengthening our bases, in working as a team and we were capable, especially in the second semester, to accelerate the rate of growth. This performance confirmed the consolidation of our merger and our commercial, sales, operations, agricultural and oenological teams, so that when the economy started to recover, we were able to resume the growth on solid and deep bases.

We are initiating a path -with this first report and our group commitment-, that we take with great seriousness and enthusiasm. There is a lot that must be done to advance, certainly. For this reason, we cordially invite all our stakeholders to join us in the road of sustainable development by reading this report that we present to let you know where we are and where we are going. We urge you to participate and immerse yourselves in this renewed commitment that drives us.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J. Bitar'.

Javier Bitar Hirmas
General Manager
VSPT Wine Group

CAPITULO 1: ANTECEDENTES GENERALES

Historia del Grupo VSPT

Viña San Pedro Tarapacá S.A. nace como tal en diciembre del año 2008, cuando se fusionaron los grupos de viñas San Pedro y Tarapacá. Sin embargo, la historia de esta empresa data del año 1865, cuando Viña San Pedro fue fundada por los hermanos Bonifacio y José Gregorio Correa Albano.



HISTORIA

- | | | | |
|-------------|---|-------------|---|
| 1865 | Viña San Pedro es fundada por los hermanos Bonifacio y José Gregorio Correa Albano. | 2004 | Adquisición de la marca “Manquehuito Pop Wine”, para ser potenciada en el mercado nacional. |
| 1940 | Comienzan las primeras exportaciones de vino a Estados Unidos, Canadá, Alemania y Japón. | 2005 | Viña San Pedro S.A. colocó exitosamente su primera emisión de bonos por UF 1,5 millones. |
| 1990 | Con una nueva razón social, Viña San Pedro S.A. comenzó a transar sus acciones en la Bolsa de Comercio de Santiago y en la Bolsa Electrónica de Chile. | 2006 | Inicio de la búsqueda de nuevos terroirs en Chile y relanzamiento de las principales marcas de la viña. Castillo de Molina introduce en Chile el concepto Slow Life. |
| 1994 | Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), ingresó a la propiedad de Viña San Pedro, comprando un 48% de las acciones. | 2007 | Viña Tabalí adquiere Viña Leyda y Viña Altaïr pasa a ser filial de Viña San Pedro, acentuando el foco del grupo en los segmentos Premium y Súper Premium. Se consolida la reestructuración realizada en Operaciones y Marketing. |
| 1997 | Implementación del proyecto Siglo XXI, que aumentó la capacidad productiva, enológica y comercial de Viña San Pedro. | 2008 | Fusión de Viña San Pedro con Viña Tarapacá, constituyendo un nuevo grupo vitivinícola, VSPT, líder del mercado nacional en el segmento de Vinos Finos Reserva y segundo mayor exportador del país. |
| 2001 | Nace Viña Altaïr S.A., en el Alto Cachapoal, concebida para la producción de vinos de alta categoría, Icono y Ultra Premium. | 2009 | Exitosa consolidación del Grupo VSPT, en términos administrativos, comerciales y operativos. Cada viña mantiene su identidad y carácter independiente. Más de 50 premios y menciones notables de sus vinos en concursos y prensa especializada. |
| 2003 | Joint venture con Agrícola Río Negro Ltda., que dio lugar a Viña Tabalí S.A. una viña boutique desarrollada para la producción de vinos Premium y Súper Premium en el Valle del Limarí. | | |

CHAPTER I: GENERAL ANTECEDENTS

History of the VSPT Wine Group

VSPT was born as such in December 2008, when the group of wineries San Pedro and Tarapacá were merged. However, the history of this company dates back to the year 1865 when San Pedro winery was founded by the brothers Bonifacio and José Gregorio Correa Albano.



HISTORY

- | | | | |
|-------------|---|-------------|---|
| 1865 | San Pedro winery was founded by the brothers Bonifacio and José Gregorio Correa Albano. | 2004 | Acquisition of the brand “Manquehuito Pop Wine”, to be reinforced in the national market. |
| 1940 | The first exports of wine to the United States, Canada, Germany and Japan started. | 2005 | Viña San Pedro S.A. successfully placed its first bond issue for UF 1,5 million. |
| 1990 | With a new legal name, Viña San Pedro S.A.- began to trade its shares in the Stock Exchange of Santiago and in the “Bolsa Electronica de Chile”. | 2006 | Start the search for new terroirs in Chile and re-launched the main brands of the winery. Castillo de Molina introduces in Chile the Slow Life concept. |
| 1994 | Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), joined the property of San Pedro winery, buying 48% of the shares. | 2007 | Tabalí winery acquires Leyda winery and Altaír Vineyards and Winery becomes an subsidiary of San Pedro, emphasizing the group’s focus on Premium and Super Premium segments. The restructuring made in Operations and Marketing is consolidated. |
| 1997 | Siglo XXI Project implementation, which increased the productive, oenological and commercial capacity of San Pedro winery. | 2008 | Merger of San Pedro with Tarapacá forming a new wine group, VSPT, leader of the national market in the Reserve category and second largest wine exporter. |
| 2001 | Altaír Vineyards and Winery was born, in Alto Cachapoal, conceived to produce top end wines, Icon and Ultra Premium. | 2009 | Successful consolidation of the VSPT Wine Group, in administrative, commercial and operative terms. Each winery maintains its identity and independent nature. More than 50 recognitions and notable mentions of its wines in contests and specialized press. |
| 2003 | Joint venture with Agrícola Río Negro Ltda., that gave rise to Viña Tabalí S.A. a boutique winery developed for the production of Premium and Super Premium wines in the Limarí Valley. | | |

Perfil de la Organización

El Grupo VSPT es un grupo de once viñas que funcionan como sociedades anónimas abiertas y cuya casa matriz está ubicada en Av. Vitacura N°4380 piso 6, comuna de Vitacura, Santiago. Este grupo de viñas es la filial vitivinícola de Compañía Cervecerías Unidas, CCU.

Debido a la complejidad de sus operaciones, el también denominado Grupo San Pedro Tarapacá ha adoptado un sistema de gestión por unidades de negocios, que corresponden a las diferentes viñas que constituyen el conjunto. Estas son: Viña San Pedro, Viña Tarapacá, Viña Santa Helena, Viña Misiones de Rengo, Viña Altaïr, Viña Mar y Viña Casa Rivas en Chile, además de Finca La Celia y Bodega Tamarí en Argentina, y la coligada chilena Viña Valles de Chile (que incluye las viñas Leyda y Tabalí).

Cada una de estas unidades mantiene su identidad, marcas y equipos enológicos de manera independiente, encontrándose enfocada hacia la producción, marketing y venta de sus respectivos vinos en Chile, Argentina y el mundo.

Los gerentes de las unidades de negocios reportan directamente al Gerente General de Viña San Pedro Tarapacá S.A., matriz que cumple un rol de coordinadora, controladora y prestadora de servicios. De esta forma, las gerencias de Administración y Finanzas, Operaciones, Abastecimiento, Agrícola, Comunicaciones y Recursos Humanos, entre otras, se encuentran centralizadas promoviendo dichas actividades de manera corporativa.

San Pedro Tarapacá posee operaciones tanto en Chile como en Argentina, desarrollando actividades que comprenden la producción, comercialización, distribución y exportación de productos vitivinícolas. Estas actividades las desarrolla directamente y también a través de sus principales filiales: Viña Santa Helena, Viña Misiones de Rengo, Viña Altaïr, Viña Mar, Finca la Celia, Bodega Tamarí y su empresa coligada Viña Valles de Chile.

Por otra parte, CCU, matriz de VSPT, presta servicios corporativos en las áreas Legal, Tesorería, Contabilidad, Sistemas de Información, Ingeniería, Desarrollo e Investigación de Mercado, Auditoría y Asesoría Técnica. Adicionalmente, Transportes CCU presta servicios de Logística y Distribución de vinos en el Mercado Nacional.

La máxima instancia de toma de decisiones de la compañía es el Directorio al cual reporta el Gerente General. Este organismo, constituido por nueve miembros, sesiona mensualmente con el objeto de velar por el desarrollo de la estrategia de la compañía.

Hoy, VSPT es una de las mayores empresas exportadoras de vino chileno y uno de los grupos de viñas más grandes y de más larga trayectoria en el mercado nacional.

Profile of the Organization

VSPT Wine Group is a group of eleven wineries that operate as open stock corporations and whose head office is located at Av. Vitacura N° 4380 piso 6, comuna de Vitacura, Santiago. This group of wineries is a subsidiary of Compañía Cervecerías Unidas, CCU.

Due to the complexity of its operations, VSPT has adopted a management system by business units, that correspond to the different wineries that form the Group. These are Viña San Pedro, Viña Tarapacá, Viña Santa Helena, Viña Misiones de Rengo, Viña Altaïr, Viña Mar and Viña Casa Rivas in Chile, in addition to Finca La Celia and Bodega Tamarí in Argentina, and the associated Chilean company Viña Valles de Chile (which includes Leyda and Tabalí wineries).

Each of these units maintains its identity, brands and oenological teams independently, being focused on production, marketing and sales of their respective wines in Chile, Argentina and the rest of the World.

The business units managers report directly to the General Manager of VSPT, head office that plays a coordinating, controller and service provider role. In this way, the Administration and Finance, Operations, Supply, Agriculture, Communications and Human Resources managements, among others, are centralized promoting such activities corporately.

VSPT has operations in Chile and in Argentina, developing activities that include the production, commercialization, distribution and export of wine sector products. These activities are developed directly and also through their principal subsidiaries: Viña Santa Helena, Viña Misiones de Rengo, Viña Altaïr, Viña Mar, Finca la Celia, Bodega Tamarí and its associated company Viña Valles de Chile.

Likewise, CCU, head office of VSPT, provides corporate services in the areas of Legal matters, Treasury, Accounting, Information Systems, Engineering, Development and Market Research, Auditing and Technical Assistance. Additionally, Transportes CCU provides wine Logistic and Distribution services in the Local Market.

The highest decision making instance of the company is the board of directors to which the General Manager reports. This organism, formed by nine members, meets monthly in order to ensure the development of the company's strategy.

Today VSPT is one of the largest Chilean wine exporter group and with longest trajectory in the national market.

Operación del Vino

Las actividades y negocios de VSPT, o Grupo San Pedro Tarapacá, comienzan en el desarrollo agrícola y terminan con la comercialización y venta de vino en los mercados de exportaciones y domésticos (Chile y Argentina). De esta forma, la operación de vino del grupo se puede dividir en cuatro etapas claramente identificables. Estas son: Agrícola, Enología, Envasado y Distribución y Venta.

Agrícola

El Area Agrícola de VSPT tiene como objetivo producir uva de distintas variedades y calidades para el Area Enológica, cumpliendo con la relación costo/calidad necesaria para ser competitivos en la venta de nuestros productos.

El Grupo San Pedro Tarapacá tiene su producción (propia y bajo contratos) distribuida en distintas zonas a lo largo del país, desde el Valle del Elqui hasta el Valle del Bío-Bío, obteniendo así uvas de diferentes variedades y calidades, potenciadas por los respectivos terroirs.

El cuidado y mantenimiento de 4.134 hectáreas propias plantadas y otras 495 arrendadas a terceros, constituyen las tareas principales en esta primera etapa de actividades del Grupo San Pedro Tarapacá. En la tabla N° 1 se puede observar la composición de superficies del Grupo VSPT.

Operación del Vino

Tabla N° 1: Composición de superficie plantada del Grupo San Pedro Tarapacá

Viña	Zona	Área	Fundo	Has Plantadas	Propiedades
San Pedro	Valle de Curicó	Molina	Molina	1200	Propia
San Pedro	Valle de Maule	Pencahue	Pencahue	850	Propia
San Pedro	Valle de Cachapoal	Requinoa	Totihue	103	Propia
San Pedro	Valle de Cachapoal	Requinoa	Quillayes	102	Arrendada
San Pedro	Valle de Colchagua	Santa Cruz	Chépica	245	Propia
San Pedro	Valle de Maipo	Buin	Maipo	56	Propia
Subtotal San Pedro				2.556	
Tarapacá	Valle de Maipo	Isla de Maipo	El Rosario de Naltahua	630	Propia
Subtotal Tarapacá				630	
Santa Helena	Valle de Colchagua	San Fernando	San Fernando	98	Arrendada
Santa Helena	Valle de Colchagua	Peralillo	San Alberto	225	Arrendada
Santa Helena	Valle de Colchagua	Peralillo	San Javier	44	Arrendada
Subtotal Santa Helena				367	
Viña Mar	Valle Casablanca	Casablanca	Casablanca	62	Propia
Viña Mar	Valle Casablanca	Casablanca	Loyola	26	Arrendada
Casa Rivas	Valle de Maipo	María Pinto	Santa Teresa	193	Propia
Altaïr	Valle de Rapel	Requinoa	Altaïr	83	Propia
Valles de Chile	Valle de Limarí	Ovalle	Tabalí	180	Propia
Subtotal Chile				4.097	
Finca La Celia	Valle de Uco	San Carlos	Finca La Celia	520	Propia
Bodega Tamari	Valle de Mendoza	Maipú	Tamari	12	Propia
Subtotal Argentina				532	
Total VSPT*				4.629	

* Las superficies indicadas son brutas, considerando bordes y caminos.

La base de nuestra filosofía de producción agrícola es la “Producción Integrada” (Producción económica de fruta de alta calidad, para cuya obtención se priorizan los métodos ecológicamente más seguros y se minimiza la utilización de agroquímicos y sus efectos negativos en el medio ambiente y a la salud humana). Adicionalmente hemos adoptado gran parte de la estrategia de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) que son atingentes a nuestra industria.

San Pedro Tarapacá cuenta con un sistema de gestión agrícola. Este sistema permite obtener información actualizada de todos los predios y así asegurar la trazabilidad de las uvas y el cumplimiento de las buenas prácticas agrícolas.

El Area Agrícola ha avanzado en la aplicación de las mejores prácticas de la industria, obteniendo una producción de uvas de calidad, priorizando los métodos ecológicamente sanos, minimizando los efectos no intencionales e indeseables y el uso de agroquímicos, con el objeto de cuidar la salud de nuestros colaboradores y preservar el medioambiente.

Las distintas condiciones geológicas y climáticas que ofrecen el Valle Central, desde el Maipo al Maule, el Valle del Limarí con sus bondades e influencia costera, y el Valle de Uco, en la provincia de Mendoza -zonas de gran tradición vitícola, todas dotadas de primaveras y veranos cálidos, con amplias oscilaciones térmicas que favorecen la floración y la cuaja-, permiten obtener uvas que desarrollan las cualidades propias de cada variedad, destacando sus complejos matices y aromas. Estas privilegiadas condiciones climáticas, junto a un adecuado manejo de la actividad agrícola, son la base para la elaboración de vinos de calidad. Los característicos veranos secos del valle el central del Chile, permiten una menor incidencia de enfermedades fungosas, por lo que se requieren muy bajas aplicaciones de agroquímicos en esta zona.

Enología

La actividad enológica es el sello que impone una viña a su producto final. En esta área se maneja el resultado de la gestión agrícola para luego incorporar la habilidad del enólogo y producir un vino de óptima calidad que sea demandado por el mercado.

La labor del Area de Enología no se limita sólo a la elaboración del vino, sino también a la revisión y control de la compra de insumos que se utilizarán en los distintos procesos productivos. Es responsabilidad del Area de Enología toda eventualidad que surja dentro del proceso de producción, desde el inicio de la vinificación hasta la entrega a las diferentes plantas de envasado.

El Area Enológica de VSPT cuenta con un moderno sistema de manejo de inventario en línea, que le permite al enólogo tener toda la información necesaria para elaborar el producto.

La compañía cuenta con certificaciones internacionales de calidad y capacita a sus empleados para avanzar en materia de calidad, seguridad alimentaria, trazabilidad, medio ambiente y otras, como por ejemplo, certificaciones HACCP e ISO 9001, 14001, 18001 y 22000, OCA y otras. Estas iniciativas permiten aplicar en nuestro trabajo diario las mejores y más modernas técnicas para mejorar día a día la calidad de nuestros vinos y la eficiencia de producción.





Envasado

Una vez terminada la labor enológica y de guarda, comienza el proceso de envasado en las diferentes plantas de la compañía. En la tabla N° 2 se puede observar el detalle de plantas con las que cuenta el Grupo San Pedro Tarapacá. Durante el año 2009 el grupo contaba con once plantas propias, dentro de las cuales destaca la Planta Molina, una de las más modernas de Sudamérica, con una capacidad de envasado de alrededor de 27.000 litros por hora.

VSPT mantiene centralizada su Area de Envasado a través de la Gerencia de Operaciones, prestando servicios de maquila a las unidades comerciales en Chile, Viña San Pedro y Viña Santa Helena. Este servicio incluye toda la cadena de suministros. Es decir, una vez realizado el pedido por parte de una unidad comercial y recibido el vino por parte del Area Enológica, la Gerencia de Operaciones es responsable de envasar y embarcar el producto final, con todos los requerimientos de calidad y normativa necesarios, abasteciéndose y administrando stock de insumos, realizando el proceso de envasado y la logística de salida de la planta hacia el puerto de embarque respectivo.

Tabla N° 2: Capacidad Instalada del Grupo San Pedro Tarapacá

Descripción / Planta	Molina	Lontué	Tarapacá	Santa Helena	Misiones de Rengo	Altaír	Viña Mar	Casa Rivas	Finca la Celia	Tamarí	Tabalí	Leyda
Infraestructura:												
Recepción de Uvas	si	no	si	si	si	si	si	si	si	si	si	si
Elaboración	si	si	si	si	si	si	si	si	si	si	si	no
Vinificación	si	no	si	si	si	si	si	si	si	si	si	si
Guarda	si	no	si	si	si	si	si	si	si	si	si	si
Envasado	si	si	si	no	si	no	si	no	si	no	no	no
Capacidad Envasado Máxima (Litros/Hora)	26.820	29.280	9.000	-	1.050	-	1.500	-	4.125	-	-	-
Capacidad Bodega Vinos (Miles de Litros)	38.815	12.620	13.000	2.436	8.040	802	2.840	2.820	7.448	2.319	1.790	1.562

Distribución y Ventas

Luego de la finalización del proceso de envasado y embotellado, comienza la etapa de Distribución y Venta del vino en todas sus variedades y formatos, en Chile y el mundo. La distribución de los vinos en Chile se realiza a través de Transportes CCU, filial de CCU que posee una de las redes de distribución más extensas del país.

La cadena de suministros es responsabilidad de la Gerencia de Operaciones, la cual también coordina la logística y distribución de los productos, desde las plantas productivas de VSPT hasta los puertos, donde se embarcan para llegar al cliente final.



Wine Operations

The activities and businesses of VSPT, start in the agricultural development and ends with the commercialization and sale of wine in the export and domestic markets (Chile and Argentina). In this way the wine operation of the group can be divided into four clearly identifiable stages. These are: Agricultural, Oenology, Bottling and Distribution and Sale.

Agricultural

The objective of the Agricultural Area of VSPT is to produce grapes of different varieties and qualities for the Oenological Area, complying with the cost/quality ratio that is necessary to be competitive in the sale of our products.

The VSPT Wine Group has its production (own and under contracts) distributed in different areas along the country, from Elqui Valley to Bio-Bio Valley, obtaining grapes of different varieties and qualities, enhanced by the respective terroirs.

The care and maintenance of 4,134 own hectares planted and another 495 rented from third parties, constitute the principal tasks in this first stage of activities of VSPT. The composition of areas of the VSPT Wine Group can be observed in Table No. 1.

Wine Operations

Tabla N° 1: Composición de superficie plantada del Grupo San Pedro Tarapacá

Viña	Zona	Área	Fundo	Has Plantadas	Propiedades
San Pedro	Valle de Curicó	Molina	Molina	1200	Propia
San Pedro	Valle de Maule	Pencahue	Pencahue	850	Propia
San Pedro	Valle de Cachapoal	Requinoa	Totihue	103	Propia
San Pedro	Valle de Cachapoal	Requinoa	Quillayes	102	Arrendada
San Pedro	Valle de Colchagua	Santa Cruz	Chépica	245	Propia
San Pedro	Valle de Maipo	Buin	Maipo	56	Propia
Subtotal San Pedro				2.556	
Tarapacá	Valle de Maipo	Isla de Maipo	El Rosario de Naltahua	630	Propia
Subtotal Tarapacá				630	
Santa Helena	Valle de Colchagua	San Fernando	San Fernando	98	Arrendada
Santa Helena	Valle de Colchagua	Peralillo	San Alberto	225	Arrendada
Santa Helena	Valle de Colchagua	Peralillo	San Javier	44	Arrendada
Subtotal Santa Helena				367	
Viña Mar	Valle Casablanca	Casablanca	Casablanca	62	Propia
Viña Mar	Valle Casablanca	Casablanca	Loyola	26	Arrendada
Casa Rivas	Valle de Maipo	María Pinto	Santa Teresa	193	Propia
Altair	Valle de Rapel	Requinoa	Altair	83	Propia
Valles de Chile	Valle de Limarí	Ovalle	Tabalí	180	Propia
Subtotal Chile				4.097	
Finca La Celia	Valle de Uco	San Carlos	Finca La Celia	520	Propia
Bodega Tamari	Valle de Mendoza	Maipú	Tamari	12	Propia
Subtotal Argentina				532	
Total VSPT*				4.629	

* Las superficies indicadas son brutas, considerando bordes y caminos.

The basis of our agricultural production philosophy is the “Integrated Production” (Economic production of high quality fruit, for which the ecologically safer methods are prioritized and the use of agrochemical products and their negative effects in the environment and human health are minimized). Additionally, we have adopted a large part of the strategy of the Good Agricultural Practices (GAPs) that are pertinent to our industry.

VSPT has an agricultural management system. This system provides updated information of all the farms, ensuring the traceability of the grapes and the fulfillment of the good agricultural practices.

The Agricultural Area has made progress in the implementation of the best industry practices, resulting in a high quality grapes production, giving priority to ecologically healthy methods, minimizing the non intentional and undesirable effects of the use of agrochemical products in order to care for the health of our collaborators and preserve the environment.

The different geologic and climatic conditions that the Central Valley offers, from Maipo to Maule, the Limari Valley with its virtues and coastal influence, and the Uco valley in Mendoza province - areas of great viticulture tradition, all of them having warm springs and summers, with great thermal oscillation that favor the flowering and the fruit set - allows to obtain grapes that develop the inherent qualities of each variety, highlighting their complex hues and aromas. These privileged climatic conditions, with an adequate agricultural activity management, are the basis for the production of quality wines. The dry summers characteristic of the central valley of Chile, allow a lower incidence of fungal diseases, so they require very low agrochemicals applications in this area.



Oenology.

The Oenological activity is the seal that a winery imposes in its final product. This area handles the result of the agricultural activity, and then incorporate the ability of the winemaker to produce a wine of optimal quality that is demanded by the market.

The work of the Oenological Area is not limited to the production of wine, but also to review and monitor the purchase of materials to be used in the different productive processes. Any eventuality arising within the production process, from the beginning of the vinification process to the delivery to the different bottling plants is Oenological Area's responsibility.

VSPT Oenological Area has a modern inventory management system online, which allows the winemaker to have all the information necessary to elaborate the product.

The company has international quality certifications and trains its employees to advance in terms of quality, food safety, traceability, environment and others, as for example, HACCP and ISO 9001, 14001, 18001 and 22000, OCA and others. These initiatives allow in our daily work, the application of the best and most modern techniques to constantly improve the quality of our wines and our production efficiency.



Bottling

Once the winemaking and aging process is finished, begins the process of bottling in the different plants of the company. The detail of VSPT's plants is shown on Table No. 2. During 2009 VSPT had eleven own plants, within which Molina's plant, one of the most modern of South America stands out, with a bottling capacity of around 27,000 liters per hour.

VSPT maintains its Bottling Area centralized through the Operation Management, providing processing services to the commercial units in Chile, San Pedro and Santa Helena. This service includes the whole Supply Chain. That is, once the order is placed by a commercial unit and the wine is received from the Oenological Area, the Operation Management is responsible for the bottling and shipping of the final product, with all the quality and regulatory requirements, sourcing and managing materials stocks, carrying out the bottling process and the logistics involving the depart form the plant to the respective shipping port.

Table No. 2. Installed capacity of VSPT Wine Group

Description / Plant	Molina	Lontué	Tarapacá	Santa Helena	Misiones de Rengo	Altaír	Viña Mar	Casa Rivas	Finca la Celia	Tamarí	Tabalí	Leyda
Infrastructure												
Grapes Reception	Yes	no	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes
Elaboration	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	no
Vinification	yes	no	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes
Aging Storage	yes	no	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes	yes
Bottling	yes	yes	yes	no	yes	no	yes	no	yes	no	no	no
Maximum bottled capacity (Litres/Hour)	26,820	29,280	9,000	-	1,050	-	1,500	-	4,125	-	-	-
Wine Cellar capacity (Thousands of liters)	38,815	12,620	13,000	2,436	8,040	802	2,840	2,820	7,448	2,319	1,790	1,562

Distribution and Sales

After the packaging and bottling process begins the Distribution and Sale of the wine in all its varieties and formats, in Chile and the rest of the World. The distribution of the wines in Chile is made through Transportes CCU, subsidiary of CCU, that has one of the most extensive distribution networks of the country.

The supply chain is responsibility of the Operation Management, which also coordinates the logistic and distribution of the products from the VSPT plants to the ports, where they are shipped to reach the final client.



Mercados de Destino

VSPT es el segundo mayor exportador de vino chileno, con un 12% de participación de mercado en volumen envasado, de acuerdo con cifras proporcionadas por la asociación de exportadores, Vinos de Chile A.G.

En el mercado doméstico, es el tercer mayor grupo vitivinícola en términos de participación, con un 22,5%, de acuerdo con la agencia internacional de estudios y análisis, Nielsen. Durante el año 2009, los volúmenes de ventas totales de vino envasado del Grupo San Pedro Tarapacá alcanzaron los 110 millones de litros, incluyendo tanto las exportaciones como las ventas en los mercados domésticos de Chile y Argentina.

El Grupo San Pedro Tarapacá exportó sus vinos a 83 países en los cinco continentes durante el 2009, repartidos en la proporción que muestra el siguiente gráfico.

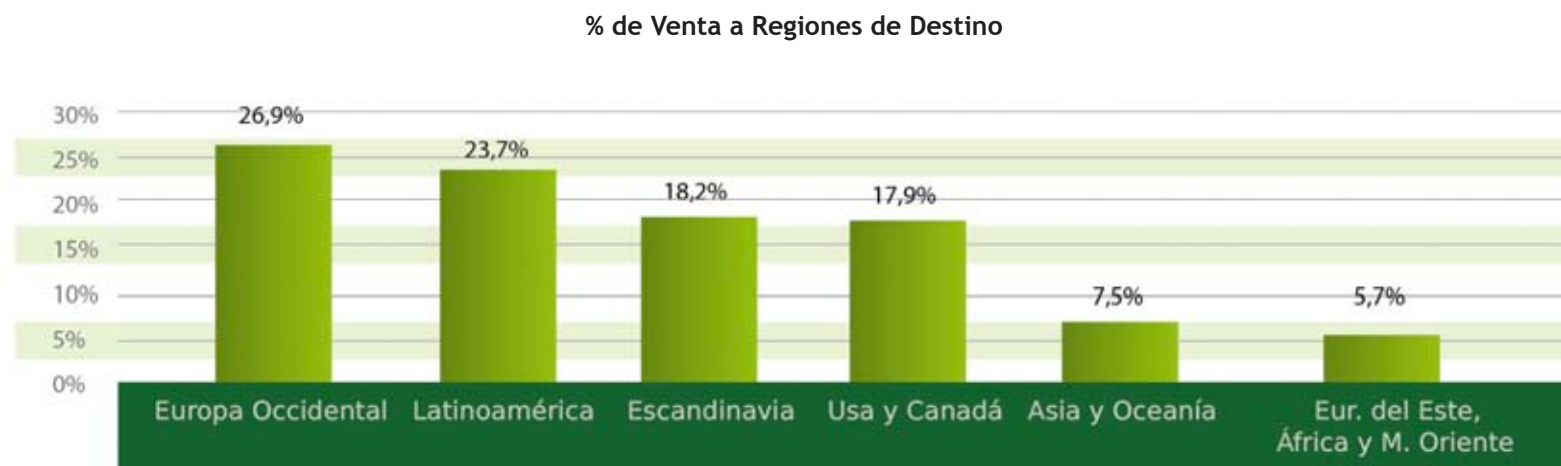


Gráfico N°1: Porcentaje de ventas 2009 según regiones de destino

La evolución de las ventas en el mercado doméstico (Chile) y en el mercado de exportaciones desde Chile y Argentina, se muestran en los gráficos N° 2 y 3, respectivamente.

Volumen de Ventas VSPT Mercado Doméstico

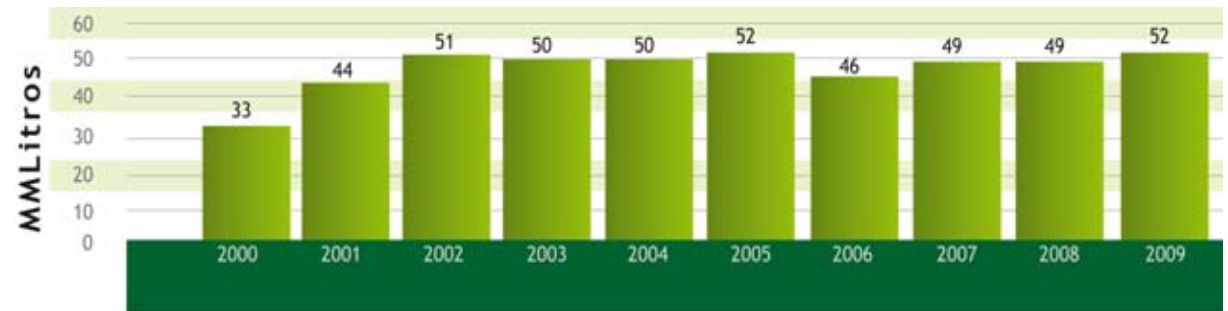


Gráfico N°2: Volumen de ventas VSPT en mercado doméstico

La comercialización de los vinos en cada país de destino es responsabilidad de nuestros clientes, prestigiosos distribuidores de vinos y licores en diferentes partes del mundo, con los cuales existen acuerdos. Algunos de ellos son:

- Shaw Ross - USA
- Pernod Ricard - Escandinavia, Finlandia y Estonia
- Les Grand Chais de France - UK, Alemania y Francia
- Tamayo - Venezuela
- Dislicores - Colombia
- Keumyang - Corea del Sur
- Schenk - Bélgica & Suiza
- Interfood - Brasil
- A.J. Vierci Calidad ante todo - Paraguay
- Tequila Herradura Brown Forman - México
- Asahi - Japón

Volumen de Ventas VSPT Mercado Exportación

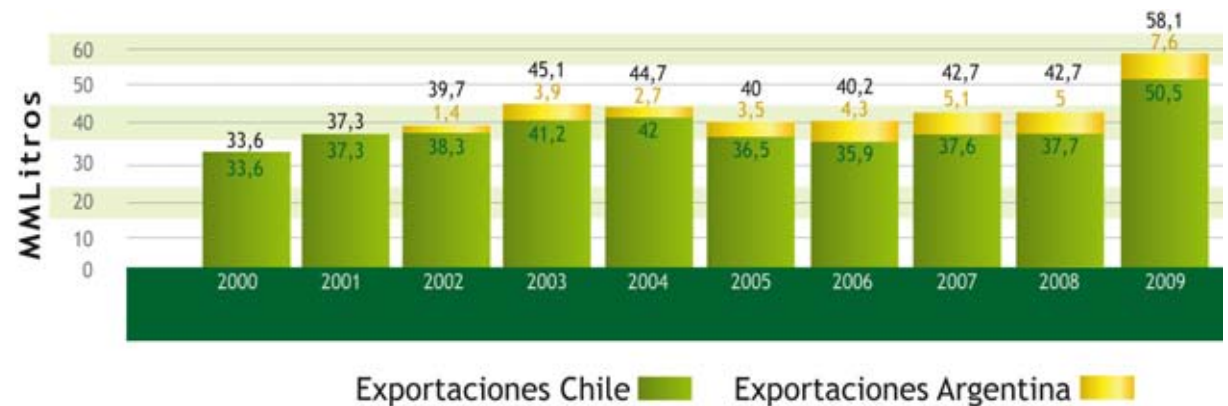


Gráfico N°3: Volumen de ventas VSPT en mercado de exportaciones

Target Markets

VSPT is the second major exporter of Chilean wine, with 12% market share in volume, in accordance with figures provided by the exporters' association, Vinos de Chile A.G

In the domestic market it is the third major wine group in terms of participation, with 22.5% according to the international agency for research and analyses, Nielsen. During 2009, VSPT total sales volume of bottled wine reached 110 million liters, including both exports and sales in domestic markets of Chile and Argentina.

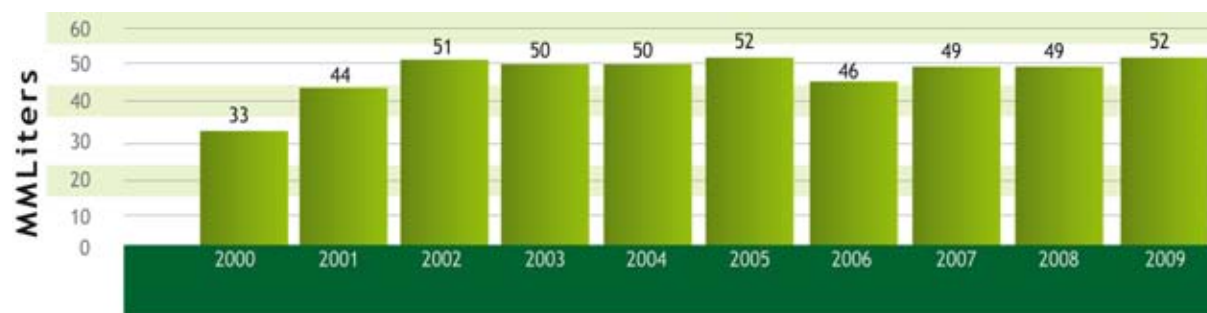
During 2009 VSPT Wine Group exported its wines to 83 countries in the five continents, distributed in the proportion shown in the following graph.



Graph No. 1 Percentage of sales 2009 by destination regions.

The evolution of the sales in the domestic market (Chile) and in the export market from Chile and Argentina, are shown in graphs No. 2 and 3 respectively.

VSPT Sales Volume Domestic Market

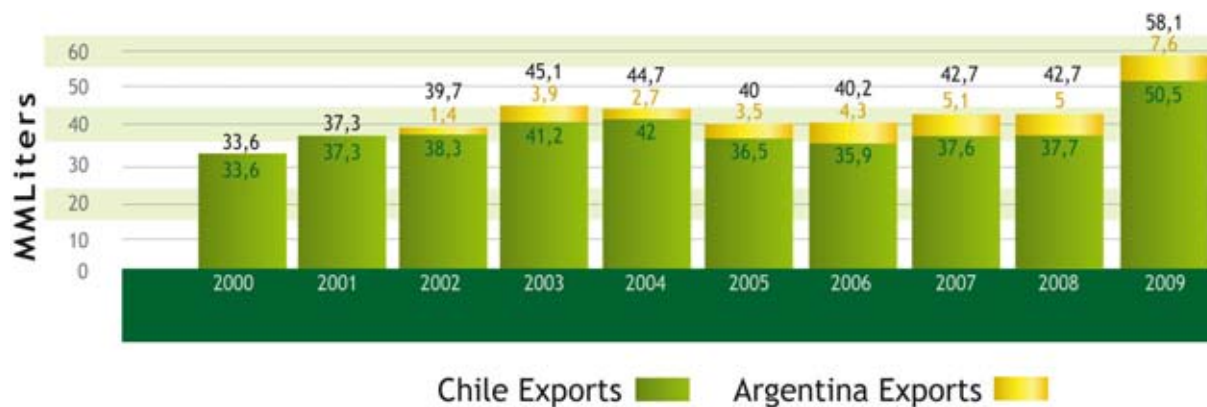


Graph No. 2: Volume of VSPT sales in domestic market.

The commercialization of the wines in each country is responsibility of our clients, prestigious distributors of wines and liquors in different parts of the world, with which there are agreements. Some of them are:

- Shaw Ross - USA
- Pernod Ricard - Scandinavia, Finland and Estonia
- Les Grand Chais de France - UK, Germany and France
- Tamayo - Venezuela
- Dislicores - Colombia
- Keumyang - Southern Korea
- Schenk - Belgium and Switzerland
- Interfood - Brazil
- A.J. Vierci Calidad ante todo - Paraguay
- Tequila Herradura Brown Forman - Mexico
- Asahi - Japan

VSPT Sales Volume Export Market



Graph No. 3: Volume of VSPT sales in export market.

Nuestras Marcas

En el Grupo San Pedro Tarapacá, el foco principal es la producción de vinos de excelencia en cada segmento del mercado en el cual participamos. Tenemos presencia en los valles enológicos más relevantes de Chile y Argentina, logrando con ello una complementariedad de orígenes única.

VPST posee un amplio portafolio de marcas registradas, tanto denominativas, como lemas y frases, que le permiten comercializar productos bajo dichos nombres en Chile y en los 83 países que constituyen sus mercados de exportaciones. Dentro de este portafolio destacan:

Viña San Pedro	Viña Tarapacá	Santa Helena	Misiones de Rengo	Altaír	Viña Mar	Casa Rivas	Finca La Celia	Bodega Tamarí
Cabo de Hornos	Zavala	D.O.N. (De Origen Noble)	Cuvée	Altaír	Espumante Método tradicional	Gran Reserva	La Celia Supremo	Tamarí Zhik
1856 Limited Edition/ 1865 Single Vineyard	Gran Reserva Etiqueta Negra	Notas de Guarda	Reserva	Sideral	Espumante Charmat Brut	Reserva	La Celia Heritage	Tamarí AR
Castillo de Molina	Gran Reserva	Vernus	Varietal		Espumante Charmat Demi Sec	Varietal	La Celia Elite	Tamarí Reserva
35°Sur / 35°South	Tarapacá+Plus	Selección de Directorio			Reserva Especial		La Celia Reserva	Tamarí Varietal
35°South Organic	Terroir	SH Reserva			Reserva		La Consulta Reserva	
Gato / GatoNegro	Reserva	Siglo de Oro					La Consulta Roble	
	León de Tarapacá	SH Varietal						

Las marcas destacadas de las viñas coligadas al Grupo VSPT:

Viña Tabalí	Viña Leyda
Payen	Lot
Talinay	Single Vineyard
Reserva Especial	Reserva
Reserva	

Our Brands

The main focus in VSPT Wine Group is the production of wines of excellence in each segment of the market in which we participate. We have presence in the most important oenological valleys of Chile and Argentina, achieving with it a unique complementarity of origins.

VPST has an extensive portfolio of trademarks, both denominative and slogans and phrases, that permit commercializing products under such names in Chile and in the 83 countries that constitute its export markets. Within this portfolio the following can be underlined:

Viña San Pedro	Viña Tarapacá	Santa Helena	Misiones de Rengo	Altaír	Viña Mar	Casa Rivas	Finca La Celia	Bodega Tamarí
Cabo de Hornos	Zavala	D.O.N. (De Origen Noble)	Cuvée	Altaír	Espumante Método tradicional	Gran Reserva	La Celia Supremo	Tamarí Zhik
1856 Limited Edition/ 1865 Single Vineyard	Gran Reserva Etiqueta Negra	Notas de Guarda	Reserva	Sideral	Espumante Charmat Brut	Reserva	La Celia Heritage	Tamarí AR
Castillo de Molina	Gran Reserva	Vernus	Varietal		Espumante Charmat Demi Sec	Varietal	La Celia Elite	Tamarí Reserva
35°Sur / 35°South	Tarapacá+Plus	Selección de Directorio			Reserva Especial		La Celia Reserva	Tamarí Varietal
35°South Organic	Terroir	SH Reserva			Reserva		La Consulta Reserva	
Gato / GatoNegro	Reserva	Siglo de Oro					La Consulta Roble	
	León de Tarapacá	SH Varietal						

The outstanding brands of the VSPT's associated wineries:

Viña Tabalí	Viña Leyda
Payen	Lot
Talinay	Single Vineyard
Reserva Especial	Reserva
Reserva	

Nuestras Marcas



Viña San Pedro CABO DE HORÑOS

En 1994, San Pedro decidió crear un vino Icono que compitiera con productos de la más alta categoría internacional.

Surgió así Cabo de Hornos, un vino que expresaba la tipicidad del terroir de Molina, pues era resultado de la unión de un viñedo de más de 50 años y condiciones privilegiadas, logrando un estilo que le valió importantes reconocimientos.

Su nombre hace honor a la zona más austral de Chile continental, donde convergen con fuerza las aguas de los océanos Pacífico y Atlántico.

Este vino clásico y elegante era hecho sólo de cincuentenarias uvas Cabernet Sauvignon. Su primera cosecha fue realizada por el enólogo francés, Jacques Lurton, y ha sido un referente del vino chileno desde entonces.

Todo el carácter y la fuerza de un vino reservado sólo para conocedores. Si bien, se ha ido modernizando para incluir porcentajes de otras cepas, fruta de los mejores orígenes posibles y para adaptarse a tecnología de punta, Cabo de Hornos mantiene siempre su esencia de vino único y artesanal.

Viña Tarapacá GRAN TARAPACÁ

Esta línea de vinos representa toda la herencia de tradición y prestigio de Viña Tarapacá. Las uvas que dan origen a estos vinos son seleccionadas después de una meticulosa búsqueda de los mejores cuarteles de un determinado viñedo, en un valle en particular.

Durante el proceso de vinificación, se busca que los vinos tintos logren una mayor extracción y concentración, para poder someterlos a una crianza en barrica francesa y americana por un periodo de entre 8 a 14 meses.



Viña Santa Helena D.O.N. (De origen Noble)

Proviene de los mejores viñedos ubicados en lo más selecto del Valle de Colchagua. Su nombre significa “De Origen Noble”, es decir, como un título concedido a la realeza. Pero Don también significa regalo. Por eso, este vino es un Don de la naturaleza, del valle y el conocimiento, para ofrecer un placer memorable. Es en sí, un regalo a los sentidos. Un Blend de Cabernet Sauvignon, Syrah y Petit Verdot, cuya composición varía año tras año. Luego, la evolución en botella es otra parte más de la experiencia única que brinda.



Altair ALTAÏR

Su nombre, como el de la viña que lo produce, alude a la estrella más brillante de la constelación del Águila (que es 10 veces más luminosa que el sol y la única que puede ser vista de la misma manera en los dos hemisferios de la Tierra). Es un vino de gran originalidad, que expresa fielmente su terroir de Totihue, en el Alto del Valle del Cachapoal, ubicado en el piedmont de la Cordillera de Los Andes. Es envejecido en barricas bordelosas durante 12 a 18 meses, previo a una larga y tradicional fermentación en madera. Este vino presenta un gran potencial de guarda (10 años). Su composición y cantidad producida dependen cada año de la calidad de la fruta cosechada y las decisiones de su Enóloga, Ana María Cumsille.



Misiones de Rengo GRAN RESERVA CUVÉE

La línea Gran Reserva Cuvée está conformada por los vinos de mayor calidad, en los cuales la viña ha puesto un cuidado muy especial, tanto en el origen de la uva, que proviene siempre de las mismas parcelas que han sido cuidadosamente seleccionadas después de más de cinco años de profundos estudios, como en el proceso de elaboración. Toda la cosecha es manual. En bodega, la uva es acuciosamente seleccionada, realizándose rigurosos controles de fermentación y manejos de la madera (guarda en barrica) con extrema delicadeza.



Outstanding Brands



Viña San Pedro CABO DE HORNO

In 1994, San Pedro decided to create an Icon wine that could compete with products of the highest international category.

Thus Cabo de Hornos emerged, a wine that expresses the typicity of Molina's terroir, as it is the result of the union of a vineyard of over 50 years and privileged conditions, achieving a style that deserved important recognition.

Its name honors the southernmost area of continental Chile, where the waters of the Pacific and Atlantic oceans converge.

This classic and elegant wine was made only from fifty years old Cabernet Sauvignon grapes. It was first harvested by the French winemaker Jacques Lurton, and has been a referent of Chilean wine since then.

All the character and strength of a wine reserved only for connoisseurs. Although it has been modernizing gradually to include percentages of other grapevine stocks, fruit of the best possible origins and to adapt to technology, Cabo de Hornos always keeps its essence of unique and craft wine.

Viña Tarapacá GRAN TARAPACÁ

This line of wines represents the whole legacy of tradition and prestige of Tarapacá Winery. The grapes that give origin to these wines are selected after a meticulous search of the best blocks of a certain vineyard, in a particular valley.

During the winemaking process, it is sought that red wines achieve a major extraction and concentration, to be able to submit them to ageing in French and American barrels for a period of 8 to 14 months.



Viña Santa Helena D.O.N. (De origen Noble)

Comes from the best vineyards located in the most select part of the Colchagua Valley. Its name means "Of Noble Origin" that is as a title granted to royalty. But Don also means gift. Therefore, this wine is a gift of nature, of the valley and knowledge, to offer memorable pleasure. It is in itself, a gift to the senses. A Blend of Cabernet Sauvignon, Syrah and Petit Verdot, whose composition varies from year to year. Then, the evolution in the bottle is another part of the unique experience it provides.



Altair ALTAÏR

Its name, as also that of the winery that produces it, alludes to the most brilliant star in the constellation Aquila (that is 10 times more luminous than the sun and the only one that can be seen in the same way in the two hemispheres of the earth). It is a wine of great originality that faithfully expresses its Terroir in the high part of the Cachapoal Valley, located in the piedmont of the Andes Mountains. It is aged in Bordeaux barrels during 12 to 18 months ahead of a long and traditional fermentation in wood. This wine presents a great storage potential (10 years). The composition and quantity produced depend each year on the quality of the fruit harvested and the decisions of the winemaker, Ana María Cumsille.



Misiones de Rengo GRAN RESERVA CUVÉE

The Gran Reserva Cuvée line is formed by the wines of the best quality, where the winery has placed a very special care, both in the origin of the grape, that comes always from the same plots that have been carefully selected after more than five years of thorough studies, and in the elaboration process. The harvest is entirely manual. In the winery the grapes are carefully selected, making rigorous controls of fermentation and handling of the wood aging process (kept in barrels) with extreme delicateness.



Nuestros Premios 2009

A continuación presentamos los premios más destacados recibidos durante el 2009:

Viña	Concurso/Revista	Premio	Marca	Variedad	Premios
Viña San Pedro					22
	Concours Mondial de Bruxelles	Gold Medal			
			CASTILLO DE MOLINA	CS; SH	2
	Decanter Magazine	Best New World White			
		1865		SB	1
		Best Value y Wine of the Month			
		35 South		SB	1
	Decanter World Wine Awards	Trophy Regional Mejor SB Chileno bajo 10			
			CASTILLO DE MOLINA	SB ELQUI VALLEY	1
	Guía Descorchados (Ch)	90 puntos			
			CABO DE HORROS	BLEND	1
		1865		CS	1
			CASTILLO DE MOLINA	SH; SB FUME	2
		92 puntos			
			1865 Limited Edition	Red Blend Cachapoal	1
			1865	SB; SY	2
			CASTILLO DE MOLINA	SB ELQUI VALLEY	1
	International Wine Cellar	90 puntos			
			CABO DE HORROS	BLEND	2
	The Wine Advocate (USA)	90 puntos			
			1865	SY	1
		91 puntos			
			1865 Limited Edition	Red Blend Cachapoal	1
		91+ puntos			
			CABO DE HORROS	BLEND	1
	Wine Enthusiast	Best Buy + 86 puntos			
			35 South Reserva	SB	1
		Best Buy + 87 puntos			
			CASTILLO DE MOLINA	SB ELQUI VALLEY	1
	Wine Spectator	91 puntos			
			CABO DE HORROS	BLEND	1
		Top Value + 87 puntos			
			CASTILLO DE MOLINA	CS	1

Viña	Concurso/Revista	Premio	Marca	Variedad	Premios
Viña Tarapacá					13
	Guía Descorchados (Ch)				
	90 points				
		Etiqueta Negra		CS	1
		Gran Reserva		SB	1
		Reserva		SY	1
		Terroir		SB La Isla	1
	93 points				
		Zavala		BLEND	1
	International Wine Challenge				
	Gold Medal				
		Gran Reserva Etiqueta Negra		CS	1
	The Wine Advocate (USA)				
90 points					
	Gran Reserva Etiqueta Negra		CS	1	
	Gran Reserva		CA; SY	2	
	91 points				
	Zavala		BLEND	1	
Wine Enthusiast					
90 points					
Wine Spectator					
90 points					
	Gran Reserva Etiqueta Negra		CS	1	
			CS	1	
Viña Santa Helena					4
	Concours Mondial de Bruxelles				
	Gold Medal				
		Notas de Guarda		CA	1
		Vernus		CS	1
		Selección del Directorio		CA	1
	Decanter World Wine Awards				
	Trophy Internacional Mejor PN bajo 10 GBP				
	Coop (Santa Helena)		PN	1	
Misiones de Rengo					4
	Wine Enthusiast				
	87 puntos, best buy				
		Reserva		CA	1
	91 points				
		Cuvée		CA	1
		Dentro de los top 100 BB		CA	1
	Varietal				
Wine Spectator					
88 puntos y best buy					
	Reserva		CA	1	
Altaír					2
	The Wine Advocate (USA)				
	90 puntos				
		Sideral		Red Blend	1
	92 puntos				
	Altaír		Red Blend	1	
Total general					45

Our Awards 2009

Here are the most outstanding awards received during 2009.

Winery	Contest/Magazine	Award	Brand	Variety	Awards
Viña San Pedro					22
	Concours Mondial de	Gold Medal			
		CABO DE HORROS	CS; SH		2
	Decanter Magazine	Best New World White			
		1865	SB		1
		Best Value y Wine of the Month			
	35° South		SB		1
	Decanter World Wine	Trophy Regional Mejor SB Chileno bajo			
		CABO DE HORROS	SB ELQUI VALLEY		1
	Guía Descorchados (Ch)	90 puntos			
		CABO DE HORROS	BLEND		1
		1865	CS		1
		CABO DE HORROS	SH; SB FUME		2
		92 puntos			
		1865 Limited Edition	Red Blend Cachapoal		1
		1865	SB; SY		2
		CABO DE HORROS	SB ELQUI VALLEY		1
	International Wine Cellar	90 puntos			
		CABO DE HORROS	BLEND		2
	The Wine Advocate (USA)	90 puntos			
		1865	SY		1
		91 puntos			
		1865 Limited Edition	Red Blend Cachapoal		1
		91+ puntos			
		CABO DE HORROS	BLEND		1
	Wine Enthusiast	Best Buy + 86 puntos			
		35° South Reserva	SB		1
		Best Buy + 87 puntos			
		CABO DE HORROS	SB ELQUI VALLEY		1
	Wine Spectator	91 puntos			
		CABO DE HORROS	BLEND		1
		Top Value + 87 puntos			
		CABO DE HORROS	CS		1

Winery	Contest/Magazine	Award	Brand	Variety	Awards
Viña Tarapacá					13
	Guía Descorchados (Ch)	90 points			
		Etiqueta Negra	CS	1	
		Gran Reserva	SB	1	
		Reserva	SY	1	
		Terroir	SB La Isla	1	
	93 points				
	Zavala	BLEND	1		
	International Wine				
	Gold Medal				
	Gran Reserva Etiqueta Negra	CS	1		
The Wine Advocate (USA)	90 points				
	Gran Reserva Etiqueta Negra	CS	1		
	Gran Reserva	CA; SY	2		
91 points					
Zavala	BLEND	1			
Wine Enthusiast					
90 points					
Gran Reserva Etiqueta Negra	CS	1			
Wine Spectator					
90 points					
Gran Reserva Etiqueta Negra	CS	1			
Viña Santa Helena					4
	Concours Mondial de	Gold Medal			
		Notas de Guarda	CA	1	
		Vernus	CS	1	
	Selección del Directorio	CA	1		
	Decanter World Wine				
Trophy Internacional Mejor PN bajo 10					
Coop (Santa Helena)	PN	1			
Misiones de Rengo					4
	Wine Enthusiast	87 puntos, best buy			
		Reserva	CA	1	
		91 points			
		Cuvée	CA	1	
	Dentro de los top 100 BB	CA	1		
	Varietal	CA	1		
Wine Spectator					
88 points y best buy					
Reserva	CA	1			
Altaír					2
	The Wine Advocate (USA)	90 puntos			
		Sideral	Red Blend	1	
		92 puntos			
Altaír	Red Blend	1			
Total general					45

Gobierno corporativo de VSPT - Nuestros Valores

Excelencia e Identidad Enológica

La excelencia enológica se ve reflejada en el exhaustivo trabajo de nuestros enólogos y viticultores, quienes se esfuerzan por producir la mejor calidad posible para cada uno de nuestros vinos. Cada enólogo y viticultor trabaja de manera empoderada e independiente, lo que permite diferenciar de manera clara los estilos e identidad que ofrece cada una de nuestras viñas.

Pasión por el Vino y Nuestra Gente

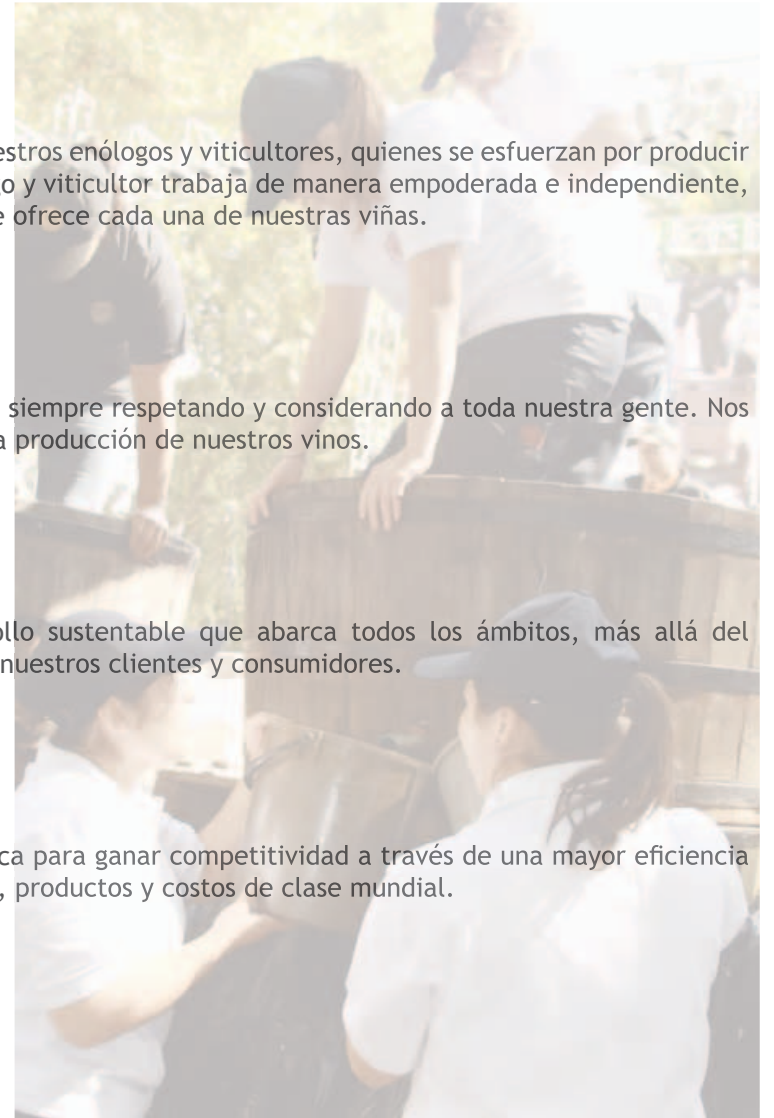
Vibramos con lo que hacemos y tratamos de hacerlo lo mejor posible, siempre respetando y considerando a toda nuestra gente. Nos gusta involucrar a todos en cada uno de los pasos fundamentales de la producción de nuestros vinos.

Conciencia 360° Sustentable

Cada miembro del Grupo VSPT trabaja bajo una visión de desarrollo sustentable que abarca todos los ámbitos, más allá del medioambiente, incluyendo a nuestros colaboradores, la comunidad, nuestros clientes y consumidores.

Excelencia Operacional y de Servicio

Trabajamos integrando las diferentes actividades de la cadena logística para ganar competitividad a través de una mayor eficiencia y eficacia en cada una de ellas. Esto se traduce en niveles de servicio, productos y costos de clase mundial.



Exceder las Expectativas de Nuestros Consumidores y Socios Comerciales

Nuestra meta permanente es superarnos en todo aspecto. Así cautivamos a nuestros socios y consumidores a través de los años, sorprendiéndolos constantemente con nuevos estilos, productos y orígenes. Nuestro fin es la satisfacción plena de nuestros clientes y consumidores.

Entender Integralmente al Consumidor, los Mercados y su Cultura

Al conocer y entender a los consumidores y clientes de los distintos mercados del mundo, logramos potenciar mejor nuestras marcas, en relación con las necesidades específicas de cada uno.

Innovación Permanente

Nuestros equipos de enólogos y viticultores están en una búsqueda permanente de nuevos valles, técnicas y estilos para sorprender a nuestros clientes con productos innovadores y de menor impacto ambiental y social. Esta búsqueda va siempre en coordinación con los equipos de desarrollo, marketing y comerciales, que constantemente crean y diseñan estrategias para darle más fuerza a nuestras marcas.

Diversidad y Complementariedad

Cada una de nuestras viñas tiene un posicionamiento y estilo únicos, lo que nos permite ofrecer una amplia variedad de productos, los cuales, más que competir entre sí, se complementan por la diversidad de sus orígenes, sus estilos diferentes y porque satisfacen en forma específica cada nicho de mercado en el cual participamos.

Ambiente Laboral Positivo

Un ambiente laboral positivo genera una cadena de situaciones virtuosas: mutuo respeto, gusto y compromiso por lo que hacemos. Estamos convencidos de poder lograr nuestras metas, siendo capaces de dar el 110% y disfrutar de nuestro trabajo al mismo tiempo.

Corporate Governance of VSPT - Our Values

Oenological Excellence and Identity

The oenologic excellence is reflected in the exhaustive work of our winemakers and viticulturers, who strive to produce the best quality possible for each of our wines. Each winemaker and viticulturer works with empowerment and independently, which makes possible to differentiate clearly the styles and identity offered by each one of our wineries.

Passion for Wine and Our People

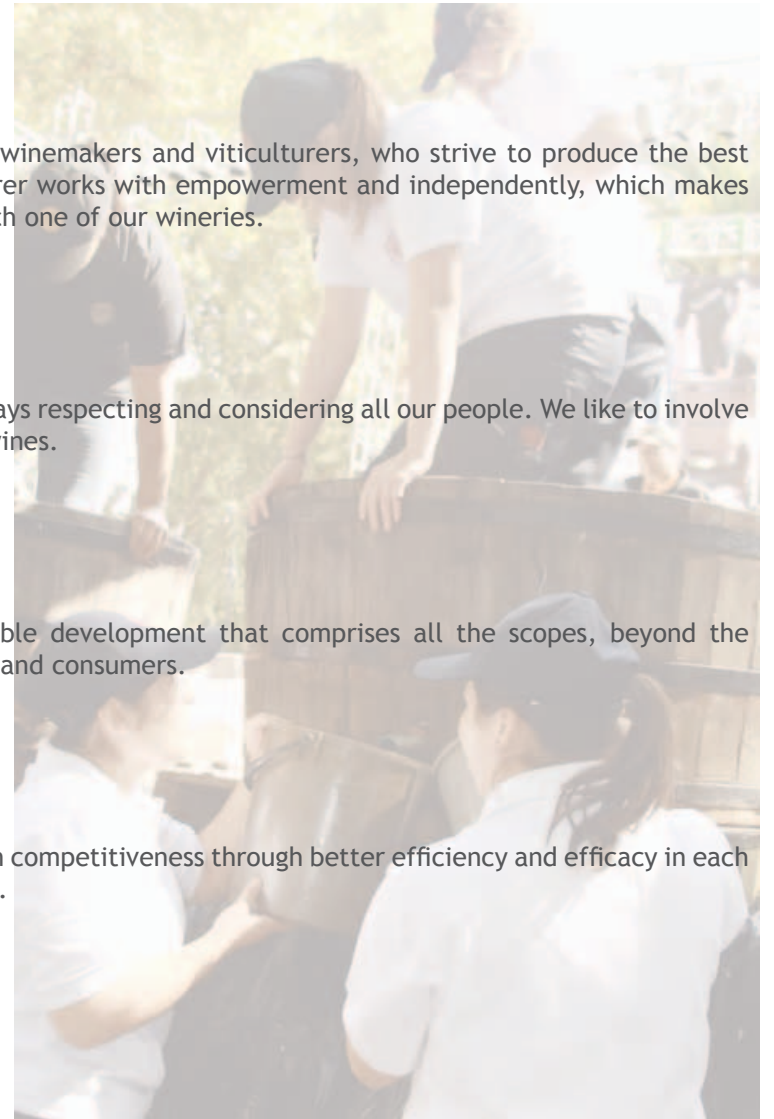
We vibrate with what we do and try to do it the best way possible, always respecting and considering all our people. We like to involve everyone in each of the fundamental steps of the production of our wines.

360° Sustainable Consciousness

Each member of VSPT Wine Group works with a vision of sustainable development that comprises all the scopes, beyond the environment, including our collaborators, the community, our clients and consumers.

Operational Excellence and Service

We work integrating the different activities of the logistic chain to gain competitiveness through better efficiency and efficacy in each one. This results into world class levels of service, products and costs.



Exceed the Expectations of our Consumers and Commercial Partners

Our permanent goal is to exceed ourselves in all aspects. So we captivate our partners and consumers throughout the years, surprising them constantly with new styles, products and origins. Our purpose is the full satisfaction of our clients and consumers.

Integral Understanding of the Consumer, the Markets and their Culture

By knowing and understanding the consumers and clients of the different markets in the world we are able to better promote our brands, in relation with the specific needs of each one.

Permanent Innovation

Our teams of winemakers and vine growers are in a permanent search for new valleys, techniques and styles to surprise our clients with innovative products of less social and environmental impact. This search is always coordinated with the development, marketing and commercial teams that constantly create and design strategies to give our brands more strength.

Diversity and Complementarity

Each of our wineries has a unique positioning and style, enabling us to offer a wide variety of products, which rather than compete among them, are complemented by the diversity of their origins, their different styles and because they specifically satisfy each market niche in which we participate.

Positive Work Environment

A positive work environment generates a chain of virtuous situations: mutual respect, liking and commitment for what we do. We are convinced that we can achieve our goals, being able to give 110% and enjoy our work at the same time.

Políticas y Normativas

VSPT como unidad estratégica de negocios de CCU, adhiere a las políticas y reglamentos que orientan el actuar de quienes trabajan o se relacionan de algún modo con CCU en sus distintas actividades.

CCU busca desarrollar sus operaciones bajo los más altos estándares y tiene la clara convicción de que para continuar creciendo y desarrollándose, debe partir de objetivos empresariales y principios éticos compartidos por todos quienes la integran. Asimismo, CCU incentiva a sus empleados a que en todas sus actuaciones cumplan cabalmente con las disposiciones legales y reglamentarias aplicables, en relación con las funciones que cada uno desempeña en la Compañía, dando estricto cumplimiento a las políticas y procedimientos establecidos.

Dichos documentos están contenidos en la “Biblioteca de Políticas y Procedimientos”, que se implementó el año 2006 en la Intranet de CCU, con el objetivo de que todo el personal pueda acceder a ellos. Los más de 2.600 documentos que se encuentran publicados son revisados y actualizados anualmente, proceso que, junto con la incorporación de nueva documentación, se realizó sistemáticamente durante 2009.

a) Código de Conducta en los Negocios

Los criterios, pautas y reglas aplicables a todos los trabajadores de CCU y sus filiales están reunidos en el “Código de Conducta en los Negocios”, un documento que debe ser utilizado en el ejercicio laboral, para mantener siempre altos estándares de conducta en las actividades que desarrolla cada uno de los integrantes de CCU.

El Código de Conducta en los Negocios establece guías en los siguientes ámbitos:

- Principios y valores generales de la Compañía
- Cumplimiento de la ley y normas reglamentarias
- Conflictos de interés
- Exactitud de la información
- Información confidencial
- Información privilegiada
- En relación con la competencia
- En relación con los clientes
- En relación con los proveedores
- En relación con la comunidad y el medio ambiente
- Políticas contables
- Independencia de los auditores externos
- Conducta y deberes del Directorio y ejecutivos principales
- Controles internos
- Del fraude
- Procedimiento de denuncias
- Comité de Conducta en los Negocios
- Comité de Divulgación

Con el propósito de contribuir al conocimiento y comprensión de este documento, CCU realizó el curso “Código de Conducta en los Negocios”, en formato e-learning a través de la Intranet, con el cual se capacitó al personal del Grupo San Pedro Tarapacá durante el año 2009.



b) Código Medioambiental

Todas las actividades y procesos productivos de CCU buscan operar en armonía con el medio ambiente, la eficiencia energética y la optimización de los recursos. Para regular dichas acciones se estableció la Política Medioambiental CCU.

El cuidado del medio ambiente, así como la protección y convivencia armónica de las operaciones productivas con su entorno, es uno de los pilares de la sustentabilidad de CCU, y en ellos centra su preocupación. A través de una sólida Política Medioambiental y Herramientas de Gestión, la Compañía busca incentivar un mayor interés de sus trabajadores y proveedores en relación con este tema, a la vez que realiza diversas acciones orientadas al desarrollo sustentable de la Compañía en su dimensión ambiental.

c) Política de Alcohol

CCU es una empresa elaboradora de productos listos para consumir con una amplia oferta para todas las edades y ocasiones de consumo, entre los cuales está la categoría de bebidas con alcohol, como son los productos del Grupo VSPT. La Compañía considera que el alcohol, como la mayoría de los productos alimenticios, es beneficioso si se ingiere en forma moderada y perjudicial si se hace en exceso.

A cada trabajador se le entrega al ingresar a la Compañía el documento “Política de Alcohol”, de esta forma VSPT, a través de la política de alcohol de CCU, orienta a todos sus colaboradores en el fiel cumplimiento de las normas relativas a los productos con alcohol.

Política de Alcohol

1. CCU cumple con la legislación vigente en los países en los que desarrolla sus negocios.
2. Para CCU, el Consumo Responsable de Alcohol es compatible con un estilo de vida balanceado y positivo.
3. CCU se compromete con la promoción del Consumo Responsable de Alcohol.
4. CCU exige un comportamiento responsable de todos sus trabajadores en el consumo de alcohol.
5. CCU informa sobre sus actividades relacionadas con la “Política de Alcohol CCU”.
6. CCU desarrolla sus comunicaciones comerciales con responsabilidad.
7. CCU exige que la implementación de la “Política de Alcohol CCU” sea obligatoria para todas sus empresas relacionadas.
8. CCU busca contribuir con todas sus acciones a que la sociedad sea cada día mejor.

d) Código sobre Comunicaciones Responsables

En coherencia con su “Política de Alcohol”, la compañía entrega a cada uno de sus colaboradores en las áreas de marketing y comerciales el documento “Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables”, orientado a autorregular la publicidad, ventas y eventos especiales de sus negocios con alcohol, de acuerdo con los más altos estándares de responsabilidad corporativa, desarrollando sus comunicaciones comerciales con responsabilidad.

El documento está dividido en el capítulo “Principios Generales”, que considera todos los productos de CCU, tanto aquellos con alcohol como los sin alcohol, y un segundo capítulo “Principios Aplicables a Productos con Alcohol”, que contiene indicaciones sólo para las comunicaciones comerciales de los productos de la Compañía que contienen alcohol.

El texto, que apunta a complementar la legislación vigente en Chile con una autorregulación seria y estructurada, incorpora un conjunto de normas y reglas básicas que orientan todas las comunicaciones comerciales de la Compañía.

Principios Generales

1. Cumplir con toda la legislación vigente.
2. Ser honestas, verdaderas y responsables.
3. Adecuarse a los principios aceptados de competencia leal y buena práctica comercial.
4. Evitar ir en contra de las normas del gusto y la decencia.
5. Promover la dignidad e integridad de toda persona con independencia de su condición, sexo, nacionalidad, raza o religión.

Principios Aplicables a Productos con Alcohol

Incorporan los siguientes ámbitos:

1. Genéricos a productos con alcohol.
2. Consumo Responsable de Alcohol.
3. Menores de edad.
4. Conducción de vehículos.
5. Deporte.
6. Consumo de alcohol, rendimiento y lugar de trabajo.
7. Violencia y peligro.
8. Aspectos de salud y contenido alcohólico.
9. Éxito social y sentimental.
10. Muestras gratis.

b) Pacto Global

Desde el año 2003, CCU adhiere a los principios del Pacto Global, un acuerdo internacional que promueve la Organización de las Naciones Unidas.

Nacido en el 2000, el Pacto Global convoca a las empresas a que adopten diez principios universales:

Derechos Humanos

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.
2. Evitar verse involucradas en abusos a los derechos humanos.

Normas Laborales

3. Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
6. Eliminar la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Medio Ambiente

7. Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

Anti-Corrupción

10. Trabajar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.



Policies and Regulations

VSPT Wine Group as a strategic business unit of CCU, adheres to the policies and regulations that guide the actions of those who work in or are related in some way with CCU in their different activities.

CCU seeks to develop its operations under the highest standards and has the clear conviction that in order to continue growing and developing, must start from business objectives and ethic principles shared by all who integrate it. Likewise, CCU stimulates its employees so that they may fully comply in all their actuations by applicable legal and regulatory provisions, in relation with the functions that each one performs in the company, strictly fulfilling the policies and procedures established.

Such documents are contained in “Biblioteca de Políticas y Procedimientos”, (Library of Policies and Procedures), which was implemented in 2006 in the Intranet of CCU, with the objective that all the employees may have access to them. The more than 2,600 published documents are reviewed and updated annually, a process which, together with the incorporation of new documentation, was systematically performed during 2009.

a) Business Conduct Code

The criteria, guidelines and rules applicable to all CCU workers and its subsidiaries are gathered together in the “Código de Conducta en los Negocios” (“Business Conduct Code”), a document that must be used in the work exercise to always maintain high standards of conduct in activities developed by each one of the members from CCU.

The Business Conduct Code provides guidelines in the following areas:

- General principles and values of the Company
- Law enforcement and regulations
- Conflicts of Interest
- Accuracy of the Information
- Confidential Information
- Privileged Information
- In relation with the competition
- In relation with the clients
- In relation with the suppliers
- In relation with the community and environment
- Accounting Policies
- Independence of external auditors
- Conduct and duties of the Board of Directors and principal executives
- Internal Control
- Fraud
- Denunciation procedures
- Business Conduct Committee
- Disclosure Committee

With the purpose of contributing to the knowledge and understanding of this document, CCU held a course of “Business Conduct Code”, in e-learning format through Intranet, with which the collaborators of VSPT was upgraded during 2009.



b) Environmental Policy

All the activities and production processes of CCU seek to operate in harmony with the environment, energy efficiency and resource optimization. The CCU Environmental Policy was established to regulate such actions.

Environmental care as well as the protection and harmonic co-existence of the productive operations with their surroundings is one of the sustainability pillars of CCU, and it centers its concern in them. Through a strong Environmental Policy and Management Tools, the company seeks to stimulate greater interest of its workers and suppliers in relation to this subject, and in turn carries out several actions oriented to a sustainable development of the company in its environmental dimension.

c) Alcohol Policy

CCU is a company that prepares products that are ready to be consumed with a great offer for all ages and consumption occasions, among which is the category of alcoholic beverages such as VSTP's products. The company considers that alcohol, as most alimentary products, is beneficial if it is drunk moderately, and harmful if it is done in excess.

The document "Alcohol Policy" is handed to each of the new employees who joins the company. In this way, VSPT Wine Group, through CCU's alcohol policy provides guidance to all its collaborators to faithfully fulfill the norms relative to products with alcohol.

Alcohol Policy

1. CCU complies with current legislation in the countries where it develops its business.
2. For CCU, the Responsible Consumption of Alcohol is compatible with a balanced and positive life style.
3. CCU is committed to promote Responsible Consumption of Alcohol.
4. CCU demands responsible behavior of all its workers in the consumption of alcohol.
5. CCU informs about its activities related with the "CCU Alcohol Policy".
6. CCU develops its commercial communications with responsibility.
7. CCU demands the implementation of the "CCU Alcohol Policy" to be obligatory for all companies involved.
8. CCU aims to contribute with all its actions to make society better everyday.

d) Responsible Communications Code

Consistent with its “Alcohol Policy”, the company provides to each one of its collaborators in the marketing and commercial area the document “Code on Responsible Commercial Communications” directed to self regulate advertising, sales and special events of its businesses with alcohol, in accordance with the highest standards of corporate responsibility, developing its commercial communications with responsibility.

The document is divided into two chapters, the first “General Principles” that considers all the CCU products, those with alcohol and those alcohol-free, and a second chapter “Principles Applicable to Products with Alcohol”, which contains indications only for the commercial communications about the products of the Company that contain alcohol.

The text, which aims to complement the current legislation in Chile with a serious and structured self regulation, incorporates a group of basic standards and rules that guide all the commercial communications of the Company.

General Principles

1. Comply with all the current legislation.
2. To be honest, true and responsible.
3. Adapt to accepted principles of fair competition and good business practice.
4. Avoid going against the standards of taste and decency.
5. Promote dignity and integrity of every person independently of their condition, sex, nationality, race or religion.

Principles Applicable to Products with Alcohol

Incorporate the following:

6. Generics to Products with alcohol.
7. Responsible Consumption of Alcohol.
8. Minors.
9. Driving.
10. Sports.
11. Alcohol consumption, performance and work place.
12. Violence and danger.
13. Health aspects and alcoholic content.
14. Social and sentimental success.
15. Free Samples.

e) Global Compact

Since 2003, CCU adheres to the principles of the Global Compact, an international agreement that is promoted by the United Nations Organization.

Born in 2000, the Global Compact invites the companies to adopt ten universal principles.

Human Rights

1. Support and respect the protection of human rights proclaimed at international level.
2. Avoid becoming involved in Human Rights abuse.

Labor Standards

3. Respect freedom of association and the effective recognition of collective bargaining rights.
4. Eliminate all forms of forced and obligatory work.
5. Abolish any form of child labor.
6. Eliminate discrimination with regarding to employment and occupation.

Environment

7. Support the application of a precautionary approach to environmental problems.
8. Adopt initiatives to promote greater environmental responsibility.
9. Encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies.

Anti-Corruption

10. Work against all forms of corruption, including extortion and bribery.

Membresías

VSPT participa en diversas asociaciones o gremios:

Entre ellas se encuentran Asociación Gremial de Vinos de Chile (Wines of Chile), Vinnova, Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) y Cámara de Comercio de Santiago.

Marco normativo

VSPT en su carácter de sociedad anónima abierta, se encuentra regulada por las leyes N° 18.045 sobre Mercado de Valores y N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Adicionalmente, la sociedad y sus filiales deben observar las normas aplicables de manera específica a las actividades y negocios que cada una realiza, entre ellas, la Ley N° 18.455 sobre Producción, Elaboración y Comercialización de Bebidas Alcohólicas y su reglamento Decreto N° 78, Decreto N° 464 sobre Zonificación Vitícola y la Ley N° 19.925 sobre Expendio y Consumo de Bebidas Alcohólicas.

Memberships

VSPT Wine Group participates in several associations or trade entities:

Among them are Asociación Gremial de Vinos de Chile (Wines of Chile), Vinnova, Federation of Chilean Industry (SOFOFA) and the Chamber of Commerce of Santiago.

Regulations

VSPT Wine Group in its nature of open stock corporation, is regulated by laws No. 18,045 on Securities Market and No. 18,046 on Stock Corporations. Additionally, the company and its subsidiaries must observe the norms specifically to the activities and businesses that each one does, among them, Law No. 18,455 on Production, Elaboration and Commercialization of Alcoholic Beverages and its regulations, Decree No. 78, Decree No. 464 on Viticultural Zoning and Law No. 19,925 on Sale and Consumption of Alcoholic Beverages.

Estructura Accionaria

Viña San Pedro Tarapacá S.A. es controlada, directa e indirectamente, por Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), quien posee el 50,01% de las acciones de la Sociedad al 31 de diciembre de 2009.

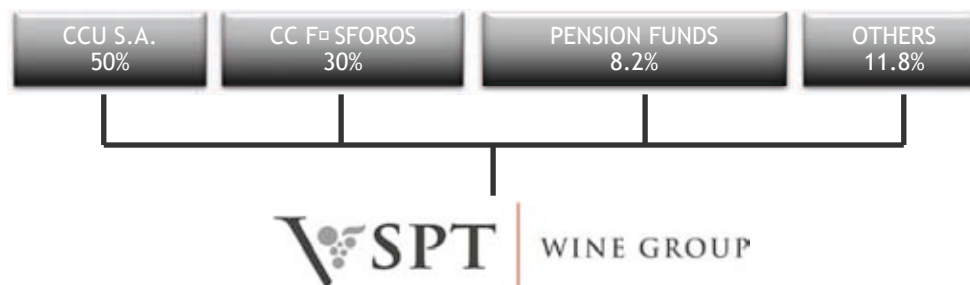
En el siguiente cuadro se puede observar la diversificación de acciones de la sociedad:



Ownership structure

VSPT Wine Group is controlled, directly and indirectly, by Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), which owns 50.01% of the shares of the company as at December 31st 2009.

The diversification of shares of the company can be observed in the following table:



Objetivos Estratégicos

VSPT estableció un plan estratégico con siete objetivos fundamentales para el periodo 2008-2010, entre los que destacan: la construcción de marcas, el fortalecimiento de la red de distribuidores y obtener reconocimiento por la calidad de sus vinos.

Este Plan fue aprobado por el Directorio en diciembre de 2007, involucrando activamente a ese cuerpo directivo y a los principales ejecutivos de la Sociedad. Se basó en los Pilares Estratégicos del Plan 2005-2007, cambiando levemente sus ponderaciones:

- a) Rentabilidad (50%)
- b) Crecimiento (30%)
- c) Sustentabilidad (20%)

La definición y cuantificación de las metas asociadas al Plan Estratégico 2008-2010 se presentan en el siguiente cuadro de Indicadores de Gestión Consolidados. Cada indicador está asociado a alguno de los tres Pilares Estratégicos. Estos indicadores son evaluados mensualmente, con el objeto de medir el estado de avance del Plan Estratégico:

Pilares Estratégicos	Indicadores de Gestión Consolidados
Rentabilidad (50%)	1. ROCE □ Resultado Operacional
	2. Precio Promedio Exportaciones
	3. Margen Directo San Pedro Mercado Nacional
	4. Gastos de Fabricación, Distribución y Administración
	5. Utilidad Neta
Crecimiento (30%)	6. Volumen Exportaciones
	7. Volumen San Pedro Mercado Nacional
	8. Segmento de Alto Margen Total Vi- a San Pedro Tarapacá S.A.
Sustentabilidad (20%)	9. Construcción de Marcas
	10. Servicio al Cliente
	11. Clima Interno

Adicionalmente, cada Unidad de Negocios cuenta con su propio Plan Estratégico, con el fin de permitir el logro de las metas corporativas.

Strategic Objectives

VSPT Wine Group established a strategic plan with seven fundamental objectives for the period 2008-2010, among which the following can be underlined: the construction of brands, the strengthening of the distributor network and the obtainment of recognition for the quality of its wines.

This Plan was approved by the Board of Directors in December 2007, involving actively that directive body and the principal executives of the company. It was based on the Strategic Pillars of the 2005-2007 Plan, slightly changing their weight:

- a) Profitability (50%)
- b) Growth (30%)
- c) Sustainability (20%)

The definition and quantification of the goals associated to the 2008-2010 Strategic Plan are shown in the following table of Consolidated Operating Indicators. Each indicator is associated to one of the three Strategic Pillars. These indicators are assessed monthly, in order to measure the progress of the Strategic Plan:

Strategic Pillars	Consolidated Operating Indicators
Profitability (50%)	1. ROCE □ Operating Result
	2. Average Export Price
	3. Direct Margin San Pedro Domestic Market.
	4. Fabrication, Distribution and Administration Expenses
	5. Net Income
Growth (30%)	6. Export volume
	7. San Pedro Domestic Market Volume
	8. Total High Margin Segment of VSPT
Sustainability (20%)	9. Brands Building
	10. Customer Service
	11. Internal Climate

Additionally, each Business Unit has its own Strategic Plan, in order to enable the achievement of the corporate goals.

Proceso de Administración de Riesgos Estratégicos

Lograr los objetivos estratégicos de la Compañía, necesariamente conlleva riesgos. Por esta razón es que desde el año 2006, la gestión de este tema se encuentra de manera explícita en la agenda de la Administración de CCU, constituyendo una buena práctica de su Gobierno Corporativo.

Definida como una actividad de la alta gerencia de la organización, el proceso de administración de riesgos estratégicos tiene por objeto otorgar un nivel razonable de seguridad respecto de la identificación y administración de los riesgos a los que está expuesta la Compañía. Para ello, se definió una metodología basada en una autoevaluación, que entrega un marco integrado de administración de riesgos para identificar, evaluar, priorizar, administrar, monitorear y comunicar.

La estructura de este proceso está integrada por: Gerente General CCU, Comité de Dirección de CCU, Gerentes Generales y Gerentes Corporativos de las Unidades de Negocios, Área de Administración de Riesgos y Auditoría Interna.

Este Proceso de Administración de Riesgos Estratégicos se implementó durante el año 2009 en el Grupo San Pedro Tarapacá.

Strategic Risks Administration Process

Achieve the strategic objectives of the Company, necessarily involves risks. For this reason since 2006, the management of this subject is explicitly included in the Agenda of the CCU administration, constituting a good practice of its Corporate Governance.

Defined as an activity of the upper management of the organization, the object of the strategic risks administration process is to grant a reasonable level of security with respect to the identification and administration of the risks to which the company is exposed. For this purpose a methodology was defined, based on a self evaluation that provides an integrated frame of administration of risks to identify, evaluate, prioritize, manage, monitor and communicate.

The structure of this process is integrated by: CCU General Manager, CCU Steering Committee, General Managers and Corporate Managers of the Business Units, Risks Management Area and Internal Audit.

This Strategic Risks Administration Process was implemented during 2009 in VSPT.

Comité de Sustentabilidad VSPT

El compromiso con una producción más amigable con el medioambiente, en pos de la sustentabilidad es de larga data en el grupo. Tras la fusión de grupos de viñas San Pedro con Tarapacá, se advirtió que ambos venían desarrollando iniciativas y presentaban un desarrollado espíritu en pro de la sustentabilidad.

Fue entonces, a principios del año 2009, cuando se hizo necesario crear el comité de sustentabilidad, un organismo multidisciplinario dentro del grupo, que tiene como fin aglomerar todas las iniciativas, homogeneizar los estándares, definir metas y objetivos formalmente, profundizar lo realizado y adoptar nuevas medidas, además de comunicarlas de manera más eficiente dentro y fuera de la organización.



Participación de los Grupos de Interés

El diálogo y fortalecimiento de los canales de comunicación con nuestros diferentes públicos de interés, es una preocupación permanente en San Pedro Tarapacá. Es por esto que desarrollamos nuestros negocios enfocados en establecer y mantener la confianza, cercanía y respeto de nuestros trabajadores, clientes y consumidores, así como de nuestras comunidades, proveedores, accionistas, autoridades y líderes de opinión en general.

Trabajadores: la preocupación por el bienestar de los trabajadores de VSPT y sus familias es un tema primordial en la Compañía, porque son ellos nuestro principal motor de desarrollo; quienes comparten la convicción por un trabajo bien hecho y son el capital esencial para mantener y acrecentar el liderazgo de VSPT en el mercado. Nuestros trabajadores son el corazón del ente productivo y forman un sector cuyos intereses deben ser satisfechos, no sólo con salarios justos, sino también con el reconocimiento de sus méritos, la preocupación por su salud y seguridad social, la estabilidad en el empleo y, en general, adoptando las medidas que les ofrezcan una buena calidad de vida laboral.

Clientes: VSPT mantiene una estrecha relación con sus clientes, a quienes considera socios principales para un crecimiento conjunto. Para la Compañía, sus clientes son el puente a través del cual sus marcas están siempre disponibles para millones de consumidores, y entiende esta relación como una asociación en la que todos los asociados se benefician. Por lo anterior, es indispensable entregarles productos de primera calidad, con trazabilidad, en los tiempos requeridos y además, que sean elaborados con respeto al medio ambiente. De nuestros clientes, se espera que los compromisos comerciales sean cumplidos de forma oportuna y que las gestiones comerciales encomendadas se respeten de manera óptima.

Consumidores: parte fundamental de la misión de VSPT es gratificar responsablemente a sus consumidores. La Compañía realiza esta tarea a través del profundo conocimiento que tiene de sus consumidores, para adelantarse o reaccionar a sus necesidades; a través de la calidad de sus productos, que se logra gracias al esfuerzo, compromiso y rigurosa metodología con que trabajan todos los que forman parte de la organización; a través de la innovación, que está presente en la gestión de la Compañía; y por medio de la información clara y las comunicaciones responsables hacia sus consumidores.

Comunidad: buscando ser un agente activo en el bienestar de la comunidad, más allá de su giro, VSPT ofrece a la comunidad su participación y apoyo en programas de Deporte y Apoyo Solidario.

Proveedores: VSPT establece con sus proveedores relaciones responsables, basadas en la mutua confianza, en el respeto a las normas y al medio ambiente, y especialmente, en la búsqueda por ofrecer los productos de mejor calidad posible a clientes y consumidores.

Accionistas: la política de comunicación y transparencia de VSPT garantiza que todos sus accionistas tengan acceso a información relevante y actualizada en forma íntegra, oportuna y veraz. Esta información permite a los accionistas y potenciales inversionistas formarse opiniones claras acerca de los negocios que conduce la Compañía.

Las autoridades y líderes de opinión en general, también son parte de nuestros grupos de interés, en el sentido de las exigencias y controles impuestos por unos, las colaboraciones y asesorías prestadas por otros. Todo, pensado en un marco de cooperación mutua con el fin de lograr un desarrollo sostenido del sector, proteger la salud de los consumidores y respetar los derechos de los trabajadores.

VSPT Sustainability Committee

For a long time the Group has had a commitment with a more environmentally friendly production in pursuit of sustainability. After the merger of the wine groups San Pedro and Tarapacá, was noticed that both had been developing initiatives and had a developed spirit towards sustainability.

It was then, in early 2009, when it became necessary to create the sustainability committee, a multidisciplinary organism within the group, which has the purpose of agglomerate all the initiatives, homogenize the standards, defining goals and objectives formally, deepening what had been done and take new initiatives, as well as communicate more efficiently within and outside the organization.



Stakeholders Participation

A permanent concern in VSPT is dialogue and strengthening of the communication channels with our different stakeholders. It is for this reason that we develop our business focused in establishing and maintaining the trust, proximity and respect for our workers, clients and consumers as well as our communities, suppliers, shareholders, authorities and opinion leaders in general.

Collaborators: Concern for the welfare of the VSPT collaborators and their families is a fundamental subject in the company, because they are our principal motor of development; the ones who share the conviction for work well done and are the essential capital to maintain and increase VSPT leadership in the market. Our collaborators are the heart of this productive entity and form a sector whose interests must be satisfied, not only with fair salaries, but also with the recognition of their merits, concern for their health and social security, employment stability and, in general, adopting actions that offer a good quality of labor life.

Clients: VSPT maintains a close relationship with its clients, who are considered principal partners for mutual growth. For the company, its clients are the bridge through which their brands are always available for millions of consumers, and understands this relationship as a partnership in which all partners receive benefits. Therefore, it is indispensable to deliver first quality products, with traceability, at the required times and also that are made with respect to the environment. Of our clients, it is expected that commercial commitments are met in a timely manner and that commercial actions entrusted shall be respected optimally.

Consumers: A fundamental part of the VSPT's mission is to responsibly gratify its consumers. The Company performs this task through the deep knowledge it has of its consumers, to anticipate or react to their needs, through the quality of its products, situation that is achieved thanks to the effort, commitment and rigorous methodology with which all those who form part of the organization work; through innovation, that is present in the company's Management; and through clear information and responsible communication with its consumers.

Community: VSPT seeks to be an active agent in the welfare of the community, beyond its line, and offers to the community its participation and support in Sports and several Support Programs.

Suppliers: VSPT establishes responsible relations with its suppliers, based on mutual trust, respecting the regulations and the environment and specially in the pursuit to offer the best quality products to clients and consumers.

Shareholders: The communication policy and transparency of VSPT guarantees that all its shareholders will have access to relevant and updated information timely, integral and truthful. This information allows shareholders and potential investors to form a clear opinion about the business that the company leads.

The authorities and opinion leaders in general, are also part of stakeholders, in the sense of the requirements and controls imposed by some, the collaboration and advisory assistance provided by others. All of this thought in a mutual cooperation framework in order to achieve a sustained development of the sector, protect the health of the consumers and respect the rights of the workers.

CAPÍTULO 2: DIMENSIÓN ECONÓMICO - FINANCIERA

En diciembre del año 2008, ocurrió la fusión entre los grupos de viñas San Pedro y Tarapacá. Por esta razón, algunos valores respecto al desempeño económico del Grupo VSPT no son comparativos con el año anterior, por lo que sólo se presentarán respecto del año 2009. En los casos donde sí sean comparables, se presentará la información de ambos años.

Balance General Consolidado

VSPT Consolidado	Dic-08*	Dic-09
	(MM\$)	(MM\$)
Activos		
Activos Corrientes	102.424	102.998
Activos Fijo Neto	100.398	96.689
Otros Activos No Corrientes	59.141	63.081
Total Activos	261.962	262.768
Pasivos		
Total Pasivos	80.367	79.122
Patrimonio Neto		
Patrimonio e Int. Min.	181.595	183.646
Total Pasivos y Patrimonio	261.962	262.768

*En diciembre 2008 ya estaba considerada la fusión de ambos grupos vitivinícolas, por lo que el BGC sí es comparable entre ambos años.

Estado de Resultados 2009

VSPT Consolidado	(MM\$)
Ingresos de Explotación	124.726
Costos de Explotación	- 77.855
Margen Explotación	46.871
Gastos de Adm. y Ventas	- 34.651
Resultado Operacional	12.220
Gastos Financieros Netos	- 1.539
C. Monet./Dif. de Cambio	- 2.258
Otros	3.231
Resultado fuera Explot.	- 566
Impuestos	- 1.164
Utilidad Neta	10.490

Política de Dividendos

El Grupo VSPT cuenta con una política de dividendos que consiste en un reparto en dinero equivalente al 50% de las utilidades líquidas del año. Durante el año 2009, San Pedro Tarapacá declaró dividendos por \$591,9 millones a sus accionistas.

De aquí en adelante, los indicadores corresponden a Viña San Pedro individualmente, tal como se indicó en “Alcances del Reporte”.

Beneficios Sociales

San Pedro posee una política de beneficios para sus trabajadores que en 2009 alcanzó un costo de M\$296.880, cifra mayor a la de 2008, que fue de M\$264.000, lo cual se debe al incremento de los montos otorgados a los trabajadores. A continuación se muestra el detalle de los beneficios:

Beneficios Sociales

VSP (M\$)	2008	2009
Fiestas Patrias (aguinaldo)	61.000	71.940
Navidad	101.000	116.940
Aguinaldo	61.000	71.940
Fiesta Navidad	40.000	45.000
Movilización Acercamiento	102.000	108.000
TOTAL	264.000	296.880

Aporte de Gobierno

San Pedro se acoge a beneficios del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).

En el año 2009, la empresa recibió un monto de M\$64.442 como subsidio para capacitación, cifra que fue un 66% mayor a la del año anterior.

Aportes de Gobierno

VSP (M\$)	2008	2009
SENCE	38.777	64.422

Este aumento en la cifra se debe principalmente a que se realizó un mayor número de acciones de capacitación, principalmente en las áreas productivas, por la implementación del Programa Optimización de la Cadena de Abastecimiento (OCA). Además, se realizaron capacitaciones al personal de temporada que presta servicios por faena en los distintos predios de la empresa.

Contratación Local y Altos Ejecutivos

San Pedro busca contratar a sus trabajadores en las comunidades en las que operan sus negocios. Como política de la empresa, se da prioridad a la contratación de trabajadores que residen en las localidades en que se encuentran nuestras instalaciones, principalmente para dar desarrollo a esas zonas y favorecer a las comunidades en las cuales se realizan las operaciones propias de la empresa. Esto permite al personal requerir menor tiempo de transporte, lo que favorece su espacio familiar y de descanso.

Los cargos ejecutivos se contratan acorde con sus competencias para el cargo, favoreciendo igualmente la contratación local. En casos donde no sea posible encontrar un candidato idóneo en la localidad, se solicita el traslado de la persona junto con su familia, otorgándosele las facilidades correspondientes.

San Pedro además, tiene como política formar y desarrollar futuros ejecutivos considerando las capacidades y el desempeño de cada trabajador. La empresa ha financiado estudios técnicos y profesionales a trabajadores que tienen el interés y potencial de desarrollo, quienes han pasado a desempeñar roles de jefatura.

CHAPTER 2: ECONOMIC-FINANCIAL DIMENSION

In December 2008, the groups of wineries San Pedro and Tarapacá merged. For this reason, some values with respect to the economic performance of the VSPT Wine Group are not comparative with the preceding year, so that they will only be presented for the year 2009. In those cases where they are comparable, the information of both years will be presented.

Consolidated General Balance

Consolidated VSPT	Dec-08*	Dec-09
Assets	(MM\$)	(MM\$)
Current Assets	102,424	102,998
Net fixed Assets	100,398	96,689
Other Non Current Assets	59,141	63,081
Total Assets	261,962	262,768
Liabilities		
Total Liabilities	80,367	79,122
Equity		
Equity and Minority Interest	181,595	183,646
Total Liabilities and Equity	261,967	262,768

*In December 2008 the merger of both wine groups had already been considered so that the GBS its comparable in both years.

Hereinafter the indicators correspond to San Pedro Winery individually, as stated in “Scopes of the Report”.

Income Statement 2009

VSPT Consolidated	(MM\$)
Operating Income	124,726
Operating Costs	- 77,855
Operating Margin	46,871
Adm. and Sales Expenses	- 34,651
Operating Income	12,220
Net Financial Expenses	- 1,539
Adjustment for currency devaluation /Exchange Diff	- 2,258
Others	3,231
Non operating income.	- 566
Taxes	- 1,164
Net Profit	10,490

Dividend Policy

The VSPT Wine Group has a dividend policy consisting in a money distribution equivalent to 50% of the net profits of the year. During 2009, VSPT declared dividends of \$ 591.9 million for its shareholders.

Social Benefits

San Pedro has a policy of benefits for its workers that in 2009 reached a cost of Th\$296,880 a grater amount than 2008, which was Th\$264,000 which is due to the increase of the amounts granted to the workers. The detail of the benefits is shown below.

Social Benefits

San Pedro (Th\$)	2008	2009
National Holidays (Gift)	61,000	71,940
Christmas	101,000	116,940
Gift	61,000	71,940
Christmas Party	40,000	45,000
Transportation-Approximation	102,000	108,000
TOTAL	264,000	296,880

Government Contributions

San Pedro receives benefits from Servicio Nacional de Capacitacion y Empleo (SENCE) (National Training and Employment Service). In 2009, the company received a total of Th\$64,441 as subsidy for training, figure that was 66% higher than that of the previous year.

Government Contributions

San Pedro (Th\$)	2008	2009
SENCE	38,777	64,422

This increase in the figure is principally due to the fact that more training was given, especially in the productive areas, due to the implementation of the program Optimization of the Supply Chain (OCA). In addition, training was offered to seasonal staff who provide services by task in the different properties of the company.

Local Hiring and Top Executives

San Pedro prefers to hire workers in the communities where its businesses operate. A policy of the company is to give priority to hiring workers who live in the localities where our facilities are set up, principally to help these locations to develop and to favor the communities in which the operations of the company are performed. This allows our collaborators to spend less time in transportation, giving them more family time and rest.

The executive positions are hired according to their competences for the position, also favoring local hiring. In those cases where it is not possible to find a suitable candidate in the locality, the transfer of a person with his family is requested, giving him the corresponding facilities.

Another policy of San Pedro is the formation and development of future executives considering the capacities and the performance of each worker. The company has financed technical and professional studies to workers who are interested and have potential for development, who have subsequently performed leadership roles.

CAPÍTULO 3: DIMENSIÓN SOCIAL

A través de los años de trabajo, en este grupo de viñas nos hemos dado cuenta de que la posibilidad de crear vinos de calidad, depende fundamentalmente de tener un medio ambiente sano, así como de colaboradores contentos y apasionados por su trabajo. Por esta razón, el año 2009 creamos un comité de sustentabilidad, con el cual definimos metas para trabajar en distintas áreas o audiencias.

Una audiencia muy importante para nosotros, son nuestros trabajadores. En este sentido, nos preocupamos del cuidado de nuestra gente, fomentando la capacitación y desarrollo profesional de nuestros colaboradores.

Dotación de Personal

Producto de la fusión entre los grupos San Pedro y Tarapacá, ocurrida a finales del 2008, la dotación de empleados no es comparable entre ambos años, por lo que el desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, contrato y región se presenta sólo correspondiente al año 2009.

En el año 2009, San Pedro contaba con 1.165 trabajadores, de los cuales 664 poseían contrato indefinido y 501 eran temporales.

Región	Indefinidos						Temporada		TOTAL
	Gerentes	Subgerentes	Profesionales y Técnicos	Empleados y Operarios	Vendedores	Agrícola	Plazos Fijos	Agrícola Temp.	
IV		0	1	0	4	0	1	0	6
V		1	2	2	10	0	1	0	16
RM	8	16	88	30	25	0	3	0	162
VI		0	0	0	0	12	0	83	95
VII	2	4	85	292	5	66	26	386	864
VIII		1	1	1	8	0	1	0	12
TOTAL	10	22	177	325	52	78	32	469	1.165

*Estas cifras no consideran la dotación correspondiente a Viña Tarapacá ni las demás filiales.

De los 664 trabajadores con contrato indefinido, se obtiene una antigüedad media de los empleados de San Pedro de 7,2 años. Cifra bastante superior al promedio nacional, que alcanza los 3 años.

En el siguiente cuadro se puede observar la antigüedad media de los empleados, desglosada por región, género y grupos etarios:

Rotación Media de Empleados								
Genero	Grupos etarios	REGION						
		IV	RM	V	VI	VII	VIII	Total general
Femenino	18 a 25		1,4			2,6		2,5
	26 a 30		2,1			4,6		3,6
	31 a 35		5,2			6,1		5,6
	36 a 40		5,5			6,1	10	6
	41 a 45		6,4			8,6		7,7
	46 a 50			3,6		6,7		6,5
	51 a 55		3			4		3,7
	56 a 60					3,3		3,3
	61 a 65							19,9
	66 a más		6,6					6,6
Total Femenino			5,2	3,6		5,3	10	5,3
Masculino	18 a 25		1,6			2,6		2,5
	26 a 30		2,4	2,1	2	4	3,1	3,5
	31 a 35		3	3,2	6,9	5,4		5
	35 a 40					9		9
	36 a 40	5,5	3,1	3,8	3,7	7,4	2,9	5,9
	41 a 45	1,7	7,4	2,4		8,4	5	7,7
	46 a 50	3,9	4,6	6,6	7	14	2,1	10
	51 a 55		8,9	5,7	7	15,4		13,3
	56 a 60		4,8			23,9		21,5
	61 a 65		24,1			25,3		25
	66 a más					33,1		33,1
Total Masculino		4,1	4,8	4,8	5,3	9,1	3,3	7,8
Total general		4,1	5	4,7	5,3	8,3	4	7,2

Beneficios para los Empleados

Estamos en constante búsqueda para potenciar y mejorar nuestro programa de beneficios, y cumplir con el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores. En 2009 San Pedro aumentó su porcentaje de beneficiarios en un 7% respecto del año anterior.

Area Productiva			
Beneficio	Administrativa	Industrial	Agrícola - Enología
Aguinaldo Fiestas Patrias	SI	SI	SI
Aguinaldo Navidad	SI	SI	SI
Aguinaldo Vacaciones	SI	SI	SI
Asignación de Casa	-	-	SI
Asignación de Vino	SI	SI	SI
Bono Combustible-gas	-	SI	SI
Bono Control Heladas	-	-	SI
Bono Escolaridad	SI	SI	SI
Bono Fallecimiento	SI	SI	SI
Bono Luz	-	-	SI
Bono Matrimonio	SI	SI	SI
Bono Nacimiento	SI	SI	SI
Movilización	SI	SI	SI
Premio Antigüedad	SI	SI	SI
Préstamo Vacaciones	SI	-	SI
Regalía de Carne	-	-	SI
Regalía de Pan	-	-	SI
Dotación Beneficiada	214	296	148

Relación con los Trabajadores

En San Pedro estamos abiertos a la formación y desarrollo de sindicatos, garantizando la más completa libertad de asociación. Durante el año 2009, un 58,3% de la dotación de la Compañía con contrato indefinido, estaba sindicalizada.

REGION	IV	RM	V	VI	VII	VIII	Total
No Sindicalizado	1	131	8	6	129	2	277
Sindicalizado	4	36	7	6	325	9	387
Total dotación Indefinidos	5	167	15	12	454	11	664
% Sindicalizado	80%	22%	47%	50%	72%	82%	58%

Del total de trabajadores de San Pedro, un 56,1% se encuentra cubierto por los distintos contratos colectivos que tiene la empresa, es decir todo el personal con contrato indefinido se encuentra afecto, ya sea por su participación en las organizaciones sindicales o por extensión de beneficios. Los únicos que se excluyen, son los gerentes de la Compañía.

REGION	IV	RM	V	VI	VII	VIII	Total
No Cubiertos	1	11	1	83	414	1	511
Cubiertos por Contratos Colectivos	5	159	15	12	452	11	654
Total Dotación VSP	6	170	16	95	866	12	1.165
% Cubierto	83%	94%	94%	13%	52%	92%	56%

El cierre de las negociaciones colectivas con los sindicatos de VSP se ha caracterizado por ser exenta de conflictos, lo que demuestra las excelentes relaciones Sindicato-Empresa que siempre se han destacado por la colaboración mutua, una excelente comunicación, respeto y transparencia.

En noviembre de 2009 se llevó a cabo una exitosa negociación con un total de 191 trabajadores de los centros de trabajo de Molina Industrial y Lontué, pertenecientes principalmente a las Areas de Envasado, Mantención, Control de Calidad y Bodegas de Productos Terminados.

El cierre exitoso de esta negociación se enmarca dentro de uno de los principales objetivos de la Subgerencia de Recursos Humanos, que vela por mantener excelentes relaciones con las distintas organizaciones sindicales, no sólo en los períodos de negociación, sino durante todo el año.

Capacitación

En un constante esfuerzo por el desarrollo y perfeccionamiento de nuestros colaboradores, durante el año 2009 el Area de Capacitación de San Pedro ha priorizado y enfatizado la especialización de las personas en cada una de sus áreas de trabajo, con el fin de lograr un mejor desempeño, de calidad y excelencia.

Durante el 2009, se logró un promedio de 23 horas de capacitación por trabajador, a las que asistieron un total de 491 trabajadores.



Ubicación	Empleado	Ejecutivo	Operario	Profesionales y Técnicos	Vendedores	Total general
Chépica				3		3
Lontué	11		100	21		132
Molina	35	11	202	98	4	350
Pencahue			1	2		3
Totihue			1	2		3
Total	46	11	304	126	4	491

Las actividades se orientaron principalmente a las Areas Industrial, Técnica, Agrícola y hacia el personal administrativo.

Dentro de estas actividades, cabe destacar la finalización del ciclo de capacitación para Operador Mantenedor en la Planta Molina, el cual comenzó el año 2008 certificando a nuestros operarios como Operadores Mantenedores, a través de un programa de 197 horas cronológicas. Asimismo, la Planta Lontué comenzó con un nuevo proceso, abarcando a 37 personas en su proyecto.

También fue notable la participación de las Areas de Enología y Calidad en los diversos cursos y seminarios enfocados a la mejora continua y el conocimiento de nuevos enfoques en sus materias, trabajando con la Universidad de Chile y la Universidad Católica del Maule, entre otras instituciones.

También se realizó una Certificación de Competencias Laborales en conjunto con Chile Vinos, gracias a la cual, nuestros trabajadores de las Areas Agrícola e Industrial obtuvieron reconocimiento por sus años de experiencia, siendo certificados en diferentes sub-competencias.

Los distintos programas de capacitación para nuestros trabajadores, junto al programa de Certificación de Competencias Laborales, además de ayudarlos a mantener una adecuada formación, en permanente actualización respecto de las mejores prácticas, constituye un factor clave de competitividad y sustentabilidad para VSP, que al mismo tiempo fomenta la empleabilidad de nuestros trabajadores.

Además, el 2009 VSP realizó una serie de acciones de capacitación orientadas a obtener y renovar las certificaciones exigidas por sus mercados de destino, dentro de lo cual destacaron acciones en las Áreas de Aseguramiento de Calidad, Laboratorio Enológico y otros aspectos esenciales para cumplir con la normativa de exportaciones.

Gestión del Desempeño

Viña San Pedro tiene un programa de gestión del desempeño de los trabajadores, el cual comienza desde la selección del personal.

En VSP la intención es desarrollar al personal y que éste permanezca en el largo plazo en la empresa, por lo que el proceso de selección se orienta a descubrir potencialidades de crecimiento, además de las habilidades y conocimientos para un adecuado desempeño de las funciones inmediatas. Los supervisores inmediatos deben desarrollar una descripción de cargo de cada uno de sus trabajadores. Esta descripción está orientada a la definición de resultados, objetivos, funciones, tareas y responsabilidades asignadas a cada cargo, de manera que cada trabajador sepa lo que se espera de él.

El proceso de evaluación del desempeño se realiza una vez al año al 100% de los trabajadores con contrato indefinido y con más de 6 meses de antigüedad. Con esto, la compañía garantiza que cada individuo conozca su estatus (desempeño, oportunidades de carrera, grado de ajuste a los valores y normas de la empresa, etc.), formalmente a través de evaluaciones de desempeño por escrito y de orientación periódica. Tras la evaluación por escrito, se realiza una entrevista entre el evaluador y el trabajador, donde se analizan todos los temas evaluados, en esa oportunidad el evaluado puede hacer las observaciones que estime convenientes a la evaluación y también, se plantean las áreas de capacitación requeridas por el trabajador.

Ambiente Laboral Positivo

Tal como lo indica nuestro reglamento interno de Orden, Higiene y Seguridad, junto a las distintas políticas a las que adherimos como parte del grupo CCU, uno de los requisitos para ingresar como trabajador a Viña San Pedro es tener a lo menos, la mayoría de edad, por lo que no se emplea a menores de edad. De esta misma forma, VSP rechaza tajantemente toda forma de trabajo forzoso.

Una de nuestras prioridades es fomentar un ambiente laboral positivo, de respeto, creando condiciones de seguridad, dignidad y equidad necesarias para que los empleados puedan desempeñar su trabajo, sin ningún tipo de intimidación, discriminación o acoso.

Clima Laboral

Uno de los principales indicadores de sustentabilidad de nuestra compañía son los resultados de la Encuesta Anual de Clima Laboral.

Una vez al año, la empresa aplica este sondeo que mide el nivel de satisfacción de los trabajadores de la empresa, en forma voluntaria, anónima y confidencial.

Esta encuesta realizada el 2009, por octavo año consecutivo, a la cual se sumaron ahora más centros de trabajo producto de la fusión de las viñas San Pedro y Tarapacá, arrojó un indicador promedio de 69% de satisfacción para todo el Grupo VSPT. Este resultado fue 2 puntos porcentuales superior al del año anterior (en términos consolidados).

Es importante destacar que la encuesta capturó los niveles de satisfacción en un período post-fusión dentro de toda la organización, lo que demuestra la valoración de nuestro personal por colaborar y pertenecer a esta compañía.

Los resultados de la Encuesta de Clima son presentados a las distintas áreas, con el fin de definir en conjunto planes de mejoramiento en las áreas más débiles.

Sumado a esto, se realiza un proceso de Evaluación Ascendente, cuyo objetivo es potenciar las competencias de los líderes, para mejorar la gestión, desempeño y desarrollo de los trabajadores a su cargo.

Igualdad de Oportunidades

La Política de Recursos Humanos de VSP, como también la de nuestra matriz CCU, afirma que “el personal es nuestro principal recurso” y que entre los principios básicos que serán aplicados con el objeto de obtener una eficaz administración de ellos, está el de “proveer condiciones tales que el personal sea seleccionado y promovido por mérito, sin otras consideraciones como raza, religión, sexo u otros”.

Esta filosofía, también presente en el Código de Conducta en los Negocios CCU, busca asegurar la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores y para quienes postulan a un empleo en esta Compañía, sin consideraciones de nacionalidad, edad, raza, religión, sexo o aptitudes físicas, al tratarse de decisiones de reclutamiento, capacitación, compensación, promoción u otras relativas al personal. Lo que se busca también con estas políticas, es evitar cualquier discriminación posible o violación a los derechos de las personas. Gracias a esto, es que no se han registrado nunca incidentes de discriminación, ni violación a los derechos indígenas en VSP.

En VSP las mujeres participan en la mayoría de las actividades, logrando el año 2009 un 24,7% de los cargos de la Compañía:

EDAD	Gerentes		Subgerentes		Profesionales y Técnicos		Empleados y Operarios		Vendedores		Agrícola		Total general
	Fem	Masc	Fem	Masc	Fem	Masc	Fem	Masc	Fem	Masc	Fem	Masc	
18 a 25				1	2	1	13	28		1	4		50
26 a 30				1	16	24	11	38		4		4	98
31 a 35	1	1	2	4	25	31	7	60		3	7	10	151
35 a 40		1											1
36 a 40			2	2	9	26	16	37		15	2	10	119
41 a 45	1	5		5	5	14	9	28		13	2	4	86
46 a 50		1		3	2	10	11	15		13	1	13	69
51 a 55				4	1	8	7	14		3		8	45
56 a 60							4	11				5	20
61 a 65						1	2	9				3	15
66 a más							2	3				5	10
Total	2	8	4	20	60	115	82	243	-	52	16	62	664

Para efectos de la administración de la remuneración, VSP no hace diferencias entre hombres y mujeres dentro de un mismo cargo. La política interna consiste en cumplir, simultáneamente, con dos requisitos: Equidad Interna, es decir, cargos de igual valor relativo tienen idéntico rango salarial, y Reconocimiento de Mérito, es decir compensación de los desempeños meritorios. LA14

Comunidad

En cuanto al impacto de nuestras operaciones para la comunidad, VSP desarrolla sus procesos y proyectos cumpliendo con las normas vigentes que establecen que todo proyecto implementado con posterioridad al año 1998 debe someterse al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), ante la Comisión Nacional de Medio Ambiente (CONAMA), mediante una declaración o estudio de impacto ambiental, dependiendo del efecto que genere la nueva actividad en el medio ambiente.

Viña San Pedro ha estado siempre muy comprometida con la comunidad. En materia de ayuda social, la viña formó una escuela de fútbol para hijos de trabajadores y niños de la localidad de Molina, con el objeto de incentivarlos a realizar actividades relacionadas con el deporte, que les ayuden a distraerse y desarrollarse física y mentalmente. El ejercicio ayuda a los niños a tener más confianza en sí mismos, favorece su autoestima y les ayuda a relacionarse mejor con los demás. A través del deporte se transmiten infinidad de valores como la solidaridad, el compañerismo, etc. San Pedro pone a disposición de la comunidad centros deportivos, ayuda en materiales y movilización para participar en campeonatos regionales.

Otros aportes que realiza la empresa a la comunidad, en conjunto con su personal, son diversos voluntariados que se desarrollan con hogares de menores, hogares de ancianos y escuelas de las localidades de Molina y Lontué.

Ética y Transparencia

Los principios éticos que gobiernan el actuar de VSP como filial de CCU están descritos en el capítulo Perfil Corporativo de este informe y consideran la existencia de dos Comités, el de Divulgación y el de Conducta en los Negocios.

- El Comité de Divulgación: tiene por objeto supervisar el proceso de comunicaciones que efectúe la Compañía hacia el mercado, sus accionistas, a las entidades fiscalizadoras o reguladoras y al público en general.
- El Comité de Conducta en los Negocios: tiene por objeto velar por el ámbito valórico y el cumplimiento del Código de Conducta en los Negocios de CCU.

Asimismo, en 2005, en el marco de las buenas prácticas comerciales y como exigencia de la Ley Sarbanes-Oxley de EE.UU., CCU puso en marcha un procedimiento de denuncias, el cual está hoy incorporado al Código de Conducta en los Negocios.

Este mecanismo permite a todos los trabajadores de CCU, sus empresas relacionadas y a personas externas, informar o denunciar actividades cuestionables, que violen procedimientos de contabilidad y controles internos, materias de auditoría y principios contenidos en el Código de Conducta en los Negocios de la Compañía.

Entre los medios existentes para canalizar las denuncias de los trabajadores están la Intranet de CCU, el envío de una carta confidencial o dirigirse a las personas designadas para estos efectos, dependiendo de si se desea formular la denuncia en forma anónima o no.

Respecto de personas externas, en el portal de proveedores por ejemplo, se informa de este procedimiento y la forma en que las personas pueden hacer sus denuncias.

En sus cuatro años y medio de implementación, el procedimiento ha recibido 76 denuncias a nivel de Grupo CCU consolidado, mayoritariamente a través de correo electrónico, cartas e Intranet, provenientes de prácticamente todas las unidades de la Compañía.

Un 62% de las denuncias es de origen interno (trabajadores), un 38% es externo (proveedores, clientes, otros) y un 29% ha ingresado en forma anónima. Las materias de las denuncias corresponden principalmente a conflictos de interés y negociación incompatible (27%) y temas referidos al ámbito laboral (25%). Del total, sólo doce se han considerado improcedentes y todo el resto ha sido investigado.

Como resultado de las investigaciones producto de las denuncias, han tenido lugar desvinculaciones, renunciaciones, emisión de cartas de amonestación y recomendaciones para mejorar procesos de control.

Por medio de este sistema de denuncias, el Grupo VSPT ha recibido dos denuncias, las que han sido abordadas y solucionadas en forma inmediata a través de los responsables asignados para esas materias.

Por su parte, el Código de Conducta en los Negocios de CCU cuenta con un capítulo que define y entrega directrices a los trabajadores, para evitar posibles conflictos entre sus intereses particulares y los de la Compañía. Esto, sin perjuicio de que los posibles conflictos de interés respecto de los directores y los ejecutivos principales, están regulados por la Ley de Sociedades Anónimas, Ley de Mercado de Valores y recogidos en el Manual de Manejo de Información de Interés Para el Mercado.



Comprometidos con la Calidad (Responsabilidad sobre el Producto)

Nuestra inspiración es producir vinos de gran calidad. Nos preocupamos hasta el último detalle para que el vino llegue a su destino final en perfectas condiciones para ser disfrutado.

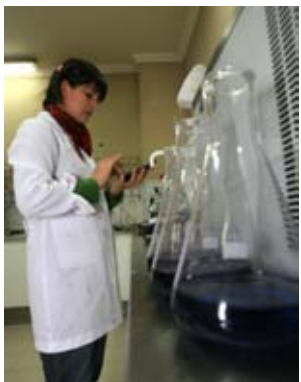
En San Pedro contamos con nueve certificaciones en distintas normas para las Areas de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad.

La calidad de nuestros productos es un principio fundamental para Viña San Pedro. Este principio se logra gracias al compromiso, esfuerzo y rigurosa metodología con la que trabajan todos los que forman parte de la empresa.

El principio de calidad dirige las acciones de VSP desde el origen de sus procesos, con la producción de la uva, en la elección de nuestras materias primas e insumos, el perfeccionamiento de nuestros productos, hasta la eficiencia de la logística y las condiciones de trabajo de las personas.

El proceso directivo que reúne las múltiples variables de producción, calidad y medio ambiente de la compañía permite alinear e inspirar a toda la organización bajo el concepto de mejora continua.

El módulo de Calidad de VSP, como también de las demás unidades de CCU, es un conjunto de múltiples variables, como por ejemplo el FTR (First Time Right), sigla que significa “Hacerlo bien a la primera”, que busca optimizar permanentemente la eficiencia de nuestros procesos y por ende, la calidad de nuestros productos.



En Viña San Pedro, nuestro Sistema Integrado de Gestión, que se refiere a la implementación y certificación de normas internacionales de excelencia industrial, está aplicado en todas las áreas del proceso de producción.

- El año 2003 implementamos el sistema de aseguramiento de calidad basado en el Hazard Analysis and Critical Control Point Management (HACCP), herramienta que asegura la inocuidad del producto y fortalece su calidad. Esta certificación fue otorgada por la agencia internacional Bureau Veritas Quality International (BVQI).
- Desde el año 2004, nuestro Sistema Integrado de Gestión está certificado por Bureau Veritas, lo que incluye Gestión de Calidad ISO 9001, Gestión Ambiental ISO 14001 y Seguridad Laboral OHSAS 18001.
- Desde septiembre de 2009 hemos certificado la Norma de Inocuidad Alimentaria ISO 22000 - 2005, Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria, en nuestra Planta Molina. Este sistema entrega los registros necesarios para asegurar la trazabilidad del producto final y garantizar el cumplimiento de los procesos, todo actualmente exigido por los principales consumidores del mundo.
- Durante el año 2004 logramos certificación bajo el estándar del British Retail Consortium (BRC). A partir del año 2008, estamos adscritos bajo la modalidad no anunciada, lo que implica la posibilidad de auditorías en cualquier minuto, manteniendo nuestras exigencias internas al máximo y en alerta.
- El año 2005 logramos certificación del International Food and Standard (IFS), igual que la anterior, ambas en nivel superior.
- A partir del año 2009, comenzamos un programa de Total Performance Management (TPM), el cual nos permitirá obtener altos estándares de buenas prácticas en manufactura y eficiencia productiva.
- Además, nuestra Area Agrícola está adherida al Acuerdo de Producción Limpia Vitivinícola (APLV) desde el año 2006 y contamos con certificaciones para nuestros vinos orgánicos con la certificadora BCS ÖKO-GARANTIE de nuestros campos y bodegas.

A fines del año 2009, Viña San Pedro dio un gran paso de avance hacia un futuro de clase mundial, con el lanzamiento del Proyecto OCA -Optimización de la Cadena de Abastecimiento- en su Planta Molina. La excelencia operacional que apunta a establecer OCA se logra a través de la implementación de una manufactura de clase mundial. Esto es, una filosofía coherente, innovadora y estructurada que potencia el trabajo eficiente e inteligente, integrando una serie de herramientas con el fin de eliminar mermas y desperdicios, mejorar las eficiencias y asegurar la mejora continua de los procesos. Todo esto, por medio de la participación activa y consistente de todos los trabajadores y con el objetivo final de convertirse en un productor de clase mundial.



Teniendo en mente nuestro compromiso medioambiental, las evaluaciones en el ciclo de vida de nuestros productos nos han llevado a implementar prácticas amigables con el entorno, como por ejemplo, el uso de botellas 14% más livianas. Con esto, Viña San Pedro busca alcanzar el doble objetivo de eliminar toneladas de residuos de vidrio y emisiones del entorno, logrando un equilibrio entre las necesidades de los consumidores y la protección del medio ambiente.

Otra práctica que se ha implementado en este aspecto es la optimización del paletizado de todos los productos, con el objetivo de maximizar la carga de los contenedores.

El año 2008, Viña San Pedro inició una auditoría con la Universidad Técnica Federico Santa María para mejorar la eficiencia energética en nuestra Planta Molina, en cuanto a energía térmica, electricidad e iluminación, como también respecto del área conductual organizacional. A raíz de esta auditoría, el 2009 se realizó una serie de mejoras, tales como el aislamiento de tuberías, cambios en iluminación por luminarias de ahorro de energía, cambio de equipos como compresores de aire y motores, por sistemas con recuperación de energía y tecnología de alta eficiencia.

Etiquetado

Los productos elaborados por Viña San Pedro se rigen en lo relativo al etiquetado por la ley de alcoholes, que incluye disposiciones sobre incorporación de información, porcentaje de contenido alcohólico, tipo de producto y origen de envasado.

Además, los productos que se destinan a los mercados de exportación, cumplen con la información requerida por cada país de destino, por ejemplo, no consumir por menores de 18 años, se define el consumo para embarazadas, se define el uso de alérgenos, etc. Cada producto sale con un boletín de exportación que certifica que es apto para el consumo humano.

Sin perjuicio de lo anterior, está estrictamente prohibido etiquetar productos con información que no sea fidedigna, independiente de la solicitud que pudiera existir por parte de los clientes.

Atención al cliente

En una constante preocupación por las necesidades y opiniones de sus clientes, Viña San Pedro ofrece una serie de canales de contacto y mecanismos de retroalimentación, los cuales buscan alcanzar la máxima excelencia en la atención brindada a nuestros consumidores y empresas relacionadas.

Toda solicitud, consulta o comentario originado por un consumidor, distribuidor, agente y/o personal de ventas, se informa al contacto local o directamente a la empresa, a través de distintos canales de comunicación, como las Áreas de Aseguramiento de Calidad, Call Center, Custom Service, Comunicaciones Corporativas, Salas de Ventas, los contactos de las páginas web, etc.

En caso de ser un reclamo, éste debe realizarse por escrito vía mail, indicando la mayor cantidad posible de datos, para efectos de trazabilidad e investigación. El mensaje es comunicado dentro de 24 horas al Area de Aseguramiento de Calidad de VSP. Esta área coordina internamente una investigación y emite un informe que incluye los antecedentes, análisis de la causa y medidas correctivas tomadas, luego de lo cual implementa un plan de acción a seguir. El informe es enviado al cliente que inició el reclamo, junto con una respuesta y definición respecto del producto afectado, ya sea esto su devolución, reproceso en destino, compensación económica u otra opción.

Atención al Cliente

Reclamos Justificados VSP	N° de Reclamos	2009	Meta
Botellas [reclamos/105 cajas]	5	1,91	3
B&B [reclamos/105 unidades]	6	1,1	1
Graneles [reclamos/106 litros]	7	0,3	1

Los indicadores de reclamos del año 2009 se han mantenido en niveles satisfactorios respecto de las metas establecidas en nuestros estándares.

Distribución por Tipo de Defecto (%)					
Vestimenta	Producto	Embalaje	Despacho	Objetos Extraños	Envases
27%	10%	11%	43%	5%	4%

Cumplimiento Normativo

La empresa no ha sido multada por incumplimientos normativos.

CHAPTER 3: SOCIAL DIMENSION

Throughout the years of work, in this group of wineries we have realized that the possibility of creating quality wines depends fundamentally on having a healthy environment, as well as happy and passionate collaborators. For this reason, in 2009 we created a sustainability committee, with which we define goals to work in different areas or audiences.

A very important audience for us are our collaborators. In this sense, we are concerned about caring for our people, promoting training and professional development of our collaborators.

We implement recreational and cultural activities for them, that aim to improve their life quality and we care about generating a positive work environment.

Staffing

As a result of the merger between the San Pedro and Tarapacá groups that occurred at the end of 2008, the number of employees is not comparable between both years, so that the breakdown of the collective of workers by employment type, contract and region is shown only for 2009.

In 2009, San Pedro had 1,165 workers, of whom 664 had permanent contracts and 501 were temporary.

Region	Indefinite						Temporary		TOTAL
	Managers	Asst. Managers	Professionals and Technicians	Employees and Workmen	Salesmen	Agricultural	Fixed Periods	Agricult. Temp.	
IV		0	1	0	4	0	1	0	6
V		1	2	2	10	0	1	0	16
RM	8	16	88	30	25	0	3	0	162
VI		0	0	0	0	12	0	83	95
VII	2	4	85	292	5	66	26	386	864
VIII		1	1	1	8	0	1	0	12
TOTAL	10	22	177	325	52	78	32	469	1,165

Of the 664 workers with permanent contract, the average seniority of San Pedro collaborators is 7.2 years, figure that is quite higher than the national average, which reaches 3 years.

The average seniority of the employees can be seen in the following table, broken down by region, gender and age groups:

Average Turnover of Employees								
Gender	Age groups	REGION						General Total
		IV	RM	V	VI	VII	VIII	
Females	18 to 25		1.4			2.6		2.5
	26 to 30		2.1			4.6		3.6
	31 to 35		5.2			6.1		5.6
	36 to 40		5.5			6.1	10.0	6
	41 to 45		6.4			8.6		7.7
	46 to 50			3.6		6.7		6.5
	51 to 55		3.0			4.0		3.7
	56 to 60					3.3		3.3
	61 to 65		19.9					19.9
	66 or more		6.6					6.6
Total Females			5.2	3.6		5.3	10.0	5.3
Males	18 to 25		1.6			2.6		2,5
	26 to 30		2.4	2.1	2.0	4.0	3.1	3,5
	31 to 35		3.0	3.2	6.9	5.4		5
	35 to 40					9.0		9
	36 to 40	5.5	3.1	3.8	3.7	7.4	2.9	5,9
	41 to 45	1.7	7.4	2.4		8.4	5.0	7,7
	46 to 50	3.9	4.6	6.6	7.0	14.0	2.1	10
	51 to 55		8.9	5.7	7.0	15.4		13,3
	56 to 60		4.8			23.9		21,5
	61 to 65		24.1			25.3		25
	66 or more					33.1		33,1
Total Males		4.1	4.8	4.8	5.3	9.1	3.3	7.8
General Total		4.1	5.0	4.7	5.3	8.3	4.0	7.2

Collaborator Benefits

We are constantly looking to enhance and improve our benefit program and comply with the objective of improving the life quality of our collaborators. In 2009 San Pedro increased its percentage of beneficiaries in 7% over the previous year.

Productive Area			
Benefit	Administrative	Industrial	Agricultural-Oenological
National Holidays Gift	YES	YES	YES
Christmas Gift	YES	YES	YES
Holiday Bonus	YES	YES	YES
House assignment	-	-	YES
Wine assignment	YES	YES	YES
Fuel-gas Bonus	-	YES	YES
Frost Control Bonus	-	-	YES
School Bonus	YES	YES	YES
Death Bonus	YES	YES	YES
Light Bonus	-	-	YES
Marriage Bonus	YES	YES	YES
Birth Bonus	YES	YES	YES
Transportation	YES	YES	YES
Seniority Award	YES	YES	YES
Vacation loan	YES	-	YES
Meat Bonus	-	-	YES
Bread Bonus	-	-	YES
Collaborators Benefitted	214	296	148

Relation with our collaborators

In San Pedro we are open to the formation and development of unions, guaranteeing the most complete freedom of association. During 2009, 58.3% of the company's collaborators with permanent contract, were syndicated.

REGION	IV	RM	V	VI	VII	VIII	Total
Non syndicated	1	131	8	6	129	2	277
Syndicated	4	36	7	6	325	9	387
Total permanent collaborators	5	167	15	12	454	11	664
% Syndicated	80%	22%	47%	50%	72%	82%	58%

Of all workers of San Pedro, 56.1% is covered by the different collective agreement that the company has, that is all the staff with permanent contract are affected, either for their participation in the union organizations or by extension of the benefits. The only ones who are excluded are the managers of the company.

REGION	IV	RM	V	VI	VII	VIII	Total
Not covered	1	11	1	83	414	1	511
Covered by Collective Agreements	5	159	15	12	452	11	654
Total Staff of San Pedro	6	170	16	95	866	12	1,165
% Covered	83%	94%	94%	13%	52%	92%	56%

The closing of collective bargaining with the San Pedro unions has been characterized by being free of conflicts, which shows the excellent Union-Company relations that have always been outstanding by mutual collaboration, excellent communication, respect and transparency.

In November 2009 a successful negotiation was carried out with a total of 191 collaborators of the Molina Plant (Industrial) and Lontué belonging principally to the Areas of Bottling, Maintenance, Quality Control and Finished Products Warehouses.

The successful closing of this negotiation is framed within one of the principal objectives of the Assistance Management of Human Resources, which ensures to maintain excellent relations with the different union organizations, not only in the bargaining periods but also throughout the year.

Training

In a constant effort for the development and expertise of our collaborators, during 2009 the training area of San Pedro has prioritized and emphasized the specialization of workers in each one of its work areas, in order to achieve better performance, of quality and excellence.

During 2009, an average of 23 hours of training per worker was accomplished, attended by a total of 491 workers.



Location	Employee	Executive	Workmen	Professionals and Technicians	Salesmen	General Total
Chépica				3		3
Lontué	11		100	21		132
Molina	35	11	202	98	4	350
Pencahue			1	2		3
Totihue			1	2		3
Total	46	11	304	126	4	491

The activities were directed principally to the Industrial, Technical, Agricultural Areas and towards the administrative staff.

Within these activities, should be highlight the finalization of the training cycle for Operator Maintainer in Molina Plant, which began in 2008, certifying our workers as Operators Maintainer through a program of 197 chronologic hours. Likewise, in Lontué Plant began a new process, comprising 37 collaborators in its project.

It is also remarkable, the participation of the Areas of Oenology and Quality in the different courses and seminars focused on continuous improvement and knowledge of new approaches in their subject matter, made with Universidad de Chile and Universidad Católica Del Maule, among other institutions.

A certification of labor competences (or know-how) together with Chile Vinos was also performed, through which our collaborators of the Agricultural and Industrial areas obtained recognition for their years of experience, being certified in different sub-competences.

The different training programs for our workers, together with the labor competences certification program, apart from helping them to maintain an adequate formation, in permanent updating on best practices, constitutes a key factor of competitiveness and sustainability for San Pedro, and at the same time foment the employability of our workers.

In addition, in 2009 San Pedro carried out a series of training actions oriented to obtain and renew the certifications required by their destination markets, within which actions were underlined in the areas of Quality Assurance, Oenological Laboratory and other essential aspects to comply with the export regulations.

Performance Management

San Pedro has a performance management program for workers, which begins from the selection of staff.

In San Pedro the intention is to develop the staff and that it remains in the long term in the company, so the selection process is oriented to discover potentialities of growth, as well as the abilities and knowledge for an adequate performance of their present duties. The immediate supervisors must develop a job description for each one of their workers. This description is oriented to the definition of results, objectives, functions, tasks and responsibilities assigned to each position, so that each worker knows what is expected of him.

The performance evaluation process is carried out once a year to 100% of the workers with permanent contract and with more than 6 months of seniority. With this, the company guarantees that each individual shall formally know his status (performance, career opportunities, degree of adjustment to the values and standards of the company, etc.), through written performance evaluations and of periodical orientation. After the written evaluation an interview is held between the evaluator and the worker, where all the subjects evaluated are analyzed. On that occasion the person evaluated may make the observations that he may deem convenient for the evaluation and also, the areas of training required by the worker are set forth.

Positive Working Environment

As indicated in our internal regulations of Order, Hygiene and Safety, together with the different policies to which we adhere as part of the CCU Group, one of the requirements to enter as worker in San Pedro is to be of legal age at least, so that no minors are employed. In the same way, San Pedro categorically rejects all kinds of forced work.

One of our priorities is to promote a positive working environment, of respect, creating conditions of security, dignity and equity that are necessary for the collaborators to perform their work without any kind of intimidation, discrimination or harassment.

Working environment

One of the principal indicators of sustainability of our company is the results of the Working Environment Annual Survey.

Once a year, the company applies this survey that measures the satisfaction level of the company's collaborators, voluntarily, anonymously and confidentially.

This survey made in 2009 for the eighth consecutive year, to which more work centers were added as a result of the merger of the San Pedro and Tarapacá wineries, shows an average indicator of 69% of satisfaction of the VSPT Wine Group. This result was 2 percentage points higher than that of the preceding year (in consolidated terms).

It is important to underline that the survey captured the satisfaction levels in a post-merger period within the whole organization, demonstrating the value that our staff gives to collaborate and be part of this company.

The results of the survey are presented to the different areas, in order to jointly define plans for the improvement of the weakest areas.

Added to this there is a process of Upward Evaluation, which objective is to enhance the skills of leaders to improve the management, performance and development of the workers under their responsibility.

Equal Opportunities

The Human Resources Policy of San Pedro, as well as that of our head office CCU, asserts that "Staff is our greatest resource" and that among the basic principles that will be applied with the object of obtaining an effective administration of them, is that of "provide conditions such that the staff is selected and promoted on merit, without other considerations such as race, religion, gender or others".

This philosophy, also present in the Businesses Conduct Code, aims equal opportunities for all the workers and for those who apply for a job in this company, without considerations of nationality, age, race, religion, gender or physical aptitudes, when dealing with decisions of recruitment, training, compensation, promotion or others relative to the staff. What is also sought with these policies, is to avoid any possible discrimination or violation of the rights of individuals. Thanks to this, no discrimination incidents, or violation of indigenous rights have ever been recorded in San Pedro.

In San Pedro women participate in most of the activities, achieving 24.7% of the positions of the company in 2009: LA13

In San Pedro women participate in most of the activities, achieving 24.7% of the positions of the company in 2009:

AGE	Managers		Asst. Managers		Professionals and Technicians		Employees and Workers		Salesmen		Agricultural		General Total
	Fem	Male	Fem	Male	Fem	Male	Fem	Male	Fem	Male	Fem	Male	
18 a 25				1	2	1	13	28		1	4		50
26 a 30				1	16	24	11	38		4		4	98
31 a 35	1	1	2	4	25	31	7	60		3	7	10	151
35 a 40		1											1
36 a 40			2	2	9	26	16	37		15	2	10	119
41 a 45	1	5		5	5	14	9	28		13	2	4	86
46 a 50		1		3	2	10	11	15		13	1	13	69
51 a 55				4	1	8	7	14		3		8	45
56 a 60							4	11				5	20
61 a 65						1	2	9				3	15
66 a más							2	3				5	10
Total	2	8	4	20	60	115	82	243	-	52	16	62	664

For the purpose of the administration of remuneration, San Pedro makes no differences between men and women within the same position. The internal policy consists in fulfill simultaneously with two requirements: Internal equity, i.e. jobs of equal relative value have identical salary range and Recognition of Merit, that is, compensation for meritorious performance.

Community

Regarding to the impact of our operations for the community, San Pedro develops its processes and projects complying with the current regulations which establish that every project implemented after the year 1998 must submit to the Environmental Impact Evaluation System (SEIA), by the National Environmental Committee (CONAMA) through a declaration or an environmental impact study, depending on the effect that the new activity generates in the environment.

San Pedro has always been very committed with the community. In relation to social assistance, the winery formed a football school for the children of workers and children of the locality of Molina, in order to stimulate them to perform activities related with sports, which help them to distract and develop physically and mentally. Exercise helps the children to have more confidence in themselves, promotes their self-esteem and helps them to relate better with others. An infinity of values are transmitted through sports such as solidarity, fellowship, etc. San Pedro offers to community sports facilities, materials and transportation assistance to participate in regional championships.

Other contributions made by the company to the community, jointly with its collaborators, are different volunteer activities that are developed in children's homes, elderly homes and schools of the Molina and Lontué localities.

Ethic and Transparency

The ethic principles that govern the action of San Pedro as a subsidiary of CCU are described in the Corporate Profile chapter of this report and consider the existence of two committees, the Disclosure and the Business Conduct.

- The object of the Disclosure Committee is to supervise the process of communications that the company makes towards the market, its shareholders, to audit or regulatory entities and the general public.
- The object of the Business Conduct Committee is to ensure the value-related scope and the compliance of the Businesses Conduct Code.

Likewise, in 2005, as part of good business practices and as a requirement of the Sarbanes-Oxley Law of the U.S., CCU started a procedure of denunciations, which is now incorporated in the Business Conduct Code.

This mechanism allows all CCU workers, its related companies and external people to report or denunciate questionable activities that violate accounting procedures and internal controls, auditing matters and principles contained in the Business Conduct Code.

Among the mechanisms that exist to channel workers' denunciations are CCU Intranet, sending a confidential letter, or contact the person appointed for these purposes depending on whether they wish to make an anonymous denunciation or not.

Regarding to external persons, in the suppliers' portal for example, this procedure and the way in which the people can make their denunciations are explained.

In its four and a half years of implementation, the procedure has received 76 denunciations at consolidated CCU Group level, mostly through e-mail, letters and Intranet, coming from practically all the units of the company.

62% of the denunciations are of internal origin (workers), 38% are external (supplies, clients, others) and 29% have entered anonymously. The denunciations subjects correspond mainly to interest conflicts and incompatible negotiation (27%) and subjects that refer to the labor scope (25%). Of the total, only twelve were considered irrelevant and everything else has been investigated.

As a result of the investigations product of the denunciations, there have been dismissals, resignations, issuing admonition letters and recommendations to improve control processes.

Through this system of denunciations, VSPT Wine Group has received two denunciations, which have been addressed and solved immediately through the assigned responsible for these matters.

For its part, the Business Conduct Code has a chapter that defines and delivers guidance to workers, to avoid possible conflicts between their particular interest and those of the company. This without prejudice that the possible conflicts of interest with respect to the directors and the principal executives, are regulated by the Stock Corporation Law, Securities Market Law and included in the Information Management Manual of Interest to the Market.



Committed to quality (Product Liability)

Our inspiration is to produce wines of great quality. We care about every last detail so that the wine reaches its final destination in perfect conditions to be enjoyed.

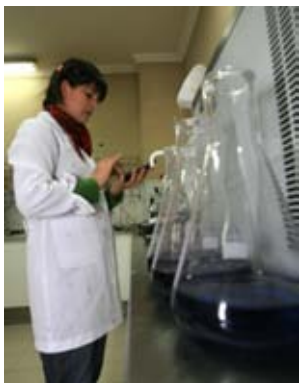
In San Pedro we have nine standards certifications for Quality, Environment and Safety.

The quality of our products is a fundamental principle for San Pedro. This principle is achieved thanks to commitment, effort and rigorous methodology with which all those who form part of the company work.

The quality principle directs the actions of San Pedro from the origin of its processes, with the production of the grapes, in the election of our raw materials and consumables, the improvement of our products, up to the logistic efficiency and the working conditions of people.

The directive process that gathers together the multiple variables of production, quality and environment of the company allows aligning and inspiring all the organization under the concept of continuous improvement.

The San Pedro quality module, as well as of the rest of the CCU units, is a group of multiple variables as for example FTR (First Time Right), which means “Do it well the first time” that seeks to optimize permanently the efficiency of our processes and therefore the quality of our products.

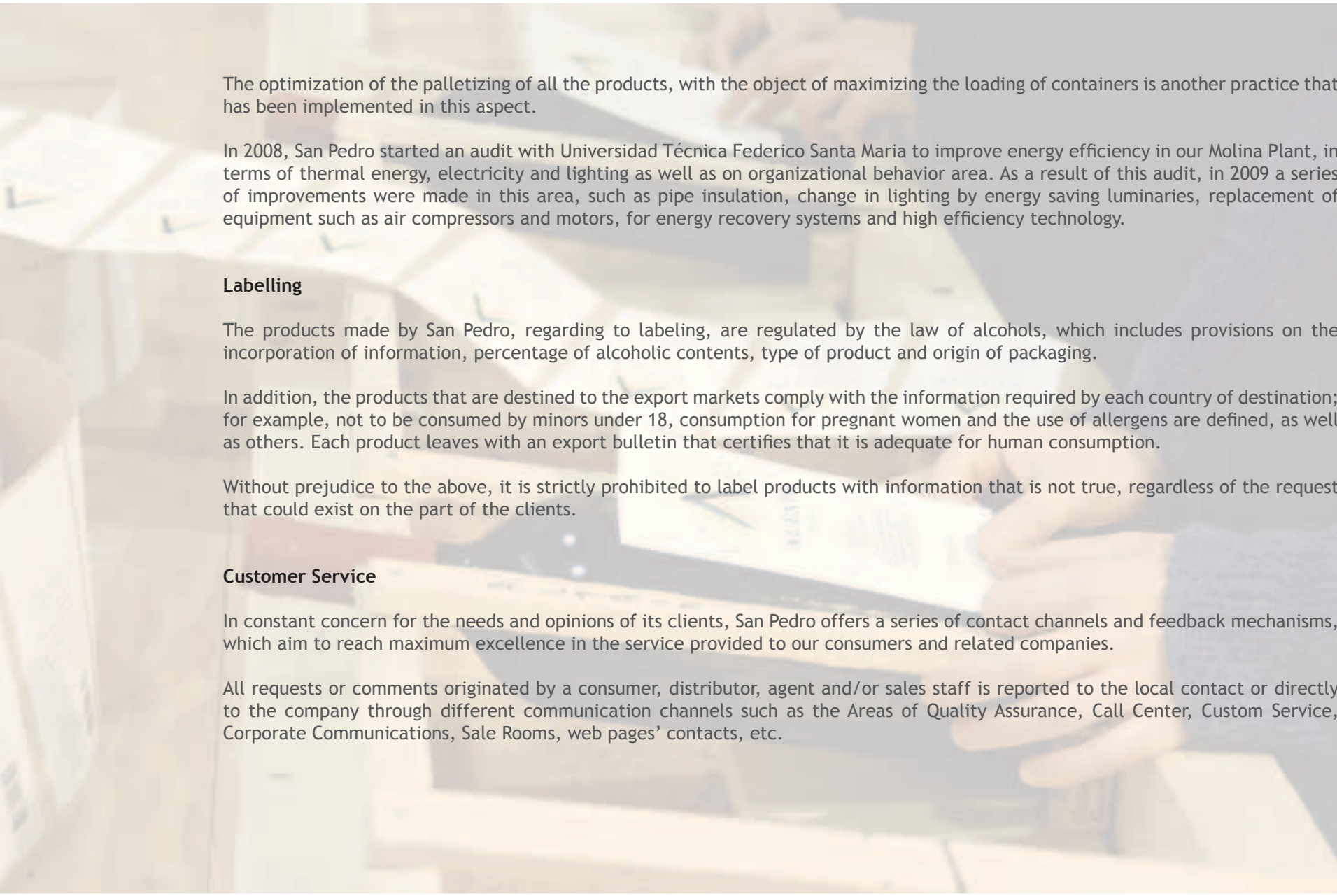


In San Pedro, our Integrated Management System, which refers to the implementation and certification of international standards of industrial excellence, is applied in all areas of the production process.

- In 2003 we implemented the system of quality assurance based on the Hazard Analysis and critical Control Point Management (HACCP), a tool that ensures the safety of the product and strengthens its quality. This certification was granted by the international agency Bureau Veritas Quality International (BVQI).
- Since 2004 our Integrated Management System is certified by Bureau Veritas, which includes Quality Management ISO 9001, Environment Management ISO 14001 and Labor Safety OHSAS 18001.
- Since September 2009 we have certified the Food Safety Standard ISO 22000 - 2005, Food Safety Management System, in our Molina Plant. This system provides the necessary records to ensure traceability of the final product and guarantees the fulfillment of processes, all currently required by the principal consumers of the world.
- During 2004 we obtained certification under the British Retail Consortium Standard (BRC). Since 2008 we are under the unannounced modality ascribed, which implies the possibility of audits at any moment, maintaining our internal requirements to the maximum and alert.
- In 2005 we achieved certification of the International Food and Standard (IFS) as above, both in superior level.
- Since 2009 we started a program of Total Performance Management (TPM) which will enable us to obtain high standards of good practices in manufacture and productive efficiency.
- In addition, our Agricultural Area is adhered to the Wine Clean Production Agreement (APLV by its Spanish initials) since 2006 and we have certifications for our organic wines with the BCS ÖKO-GARANTIE certifier of our fields and cellars.

At the end of 2009, Viña San Pedro gave a great step to advance towards a world class future, with the launching of the OCA Project - Optimization of the Supply Chain - in its Molina Plant. The operational excellence that OCA aims to establish is achieved through the implementation of a world class manufacture. This is, a coherent philosophy, innovative and structured that enhances efficient and intelligent work, integrating a series of tools with the purpose of eliminate losses and wastes, improving the efficiencies and ensuring the continuous improvement of the processes. All this, through the active and consistent participation of all the workers and with the final objective of becoming a world class producer.

Bearing in mind our environmental commitment, the evaluations in the life cycle of our product have led us to implement environmentally friendly practices, as for example, the use of 14% lighter bottles. With this, San Pedro seeks to reach the double objective of eliminating tons of glass waste and emissions to the environment, achieving a balance between the needs of the consumers and the



The optimization of the palletizing of all the products, with the object of maximizing the loading of containers is another practice that has been implemented in this aspect.

In 2008, San Pedro started an audit with Universidad Técnica Federico Santa Maria to improve energy efficiency in our Molina Plant, in terms of thermal energy, electricity and lighting as well as on organizational behavior area. As a result of this audit, in 2009 a series of improvements were made in this area, such as pipe insulation, change in lighting by energy saving luminaries, replacement of equipment such as air compressors and motors, for energy recovery systems and high efficiency technology.

Labelling

The products made by San Pedro, regarding to labeling, are regulated by the law of alcohols, which includes provisions on the incorporation of information, percentage of alcoholic contents, type of product and origin of packaging.

In addition, the products that are destined to the export markets comply with the information required by each country of destination; for example, not to be consumed by minors under 18, consumption for pregnant women and the use of allergens are defined, as well as others. Each product leaves with an export bulletin that certifies that it is adequate for human consumption.

Without prejudice to the above, it is strictly prohibited to label products with information that is not true, regardless of the request that could exist on the part of the clients.

Customer Service

In constant concern for the needs and opinions of its clients, San Pedro offers a series of contact channels and feedback mechanisms, which aim to reach maximum excellence in the service provided to our consumers and related companies.

All requests or comments originated by a consumer, distributor, agent and/or sales staff is reported to the local contact or directly to the company through different communication channels such as the Areas of Quality Assurance, Call Center, Custom Service, Corporate Communications, Sale Rooms, web pages' contacts, etc.

In case of a complaint, it must be sent via e-mail, indicating as much as possible data, for the purpose of traceability and investigation. The message is communicated within 24 hours to the Area of Quality Assurance of San Pedro. This area internally coordinates an investigation and issues a report that includes the antecedents, cause analysis and corrective measures taken, after which implements a plan of action to be followed. The report is sent to the client who initiated the complaint, with a reply and definition for the product affected, whether it is its return, reprocessing at destination, economic compensation or any other option.

Customer Service

San Pedro Complaints Justified	No. of Complaints	2009	Goal
Bottles [claims/105 cases]	5	1.91	3
B&B [claims/105 units]	6	1.1	1
Bulk [claims/106 liters]	7	0.3	1

The indicators of claims in 2009 have remained at satisfactory levels regarding to the goals set by our standards. PR2 and PR4

Defect type distribution (%)					
Clothing	Product	Packing	Delivery	Strange Objects	Packaging
27%	10%	11%	43%	5%	4%

Regulatory fulfillment

The company has not been fined for noncompliance.

CAPÍTULO 4: DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

Viña San Pedro tiene un compromiso de larga data con una producción más amigable con el medioambiente, en pos de la sustentabilidad. Este compromiso se expresa en una serie de iniciativas.

Trabajamos desde hace muchos años con un sistema de producción de manejo integrado, el cual es un método de control racional y eficaz de plagas y enfermedades, malas hierbas y otras pestes, que combina el uso de productos fitosanitarios, organismos beneficiosos y prácticas culturales. Este método ecológico aspira a reducir o eliminar el uso de pesticidas y minimizar el impacto al medio ambiente. Con esto procuramos el equilibrio con la naturaleza y la reducción de efectos adversos, tanto al ambiente como a la salud de las personas. Además, desde el año 2006 participamos en el Acuerdo de Producción Limpia Vitivinícola (APL).

Hemos desarrollado importantes programas de uso racional del agua, reciclaje y compostaje en nuestras plantas, que han alcanzado altísimos niveles de ahorro, eficiencia y reutilización. Gran parte del agua usada en nuestros procesos es tratada y reutilizada para irrigación, así como los desechos orgánicos son aprovechados como compost en nuestras plantaciones.

En términos de certificaciones, esta viña es una de las bodegas chilenas con la mayor cantidad de certificaciones de calidad y medioambiente, cultivamos plantaciones para producir vinos hechos de uvas orgánicas, en el contexto de una “viticultura inteligente”, utilizamos máquinas multifuncionales que ahorran combustible y reducen emisiones, además de amarras y productos biodegradables y reciclables en los viñedos. Además, monitoreamos muy estrechamente los cultivos para asegurar el uso racional de pesticidas (aplicación contra condición), uso racional de agua y fertilizantes en terreno.

Uso Responsable y Eficiente de los Recursos

VSP busca optimizar el uso energético y el consumo de agua, así como potenciar la reutilización y el reciclaje de residuos, mediante tecnologías apropiadas y económicamente viables. En otras palabras, nos esforzamos por cuidar los recursos y utilizarlos de manera responsable y eficiente.

Materiales

A continuación se enumeran las principales materias primas y materiales de fabricación que se emplean en los distintos procesos productivos de la Compañía:

Área Agrícola (Temporada 1/6/2008 - 31/5/2009)			Área Industrial:	
Materiales	KG	LT	Materiales	Kg
FERTILIZANTES	1.197.428	4.156	Botellas	36.000.000
FUNGICIDAS	148.400	4.520	Cartones	3.500.000
HERBICIDAS	4.587	6.304	Tapas	337.500
INSECTICIDAS Y NEMATICIDAS	781	7.740		
INSUMOS AGRICOLAS	1.669	243		
LUBRICANTES		63		
OTROS AGROQUIMICOS	2.517	624		

En cuanto al porcentaje de materiales que corresponde a material reciclado, en el Area Agrícola se reciclan todos los años los orujos y escobajos, los cuales pasan por un proceso de compostaje y luego se aplican en los predios, aportando nutrientes y mejorando así la estructura de nuestros suelos. El año 2009 se aplicaron 1.848.000 kg de compost en nuestros suelos.

Consumo de Energía

El consumo de energía durante 2009 en VSP, desglosado en fuentes primarias fue:

Área Industrial:		Área Agrícola	
Item	Lt	Predio	Lt de petróleo
Petróleo	360.000	Chépica	27.199
Gas	54.000	Molina	159.698
		Totihue	27.052
		Pencahue	58.968

A continuación se describen los consumos indirectos de energía que tuvieron lugar en 2009, desglosados por fuentes primarias:

Consumo indirectos de Energía		
Item	Lt. Petróleo	Lt. Bencina
Buses de Acercamiento Personal	78.000	
Radio-Taxi y Valija	18.000	8.400
Furgón	2.760	
Vehículos	45.000	

En el contexto de la constante preocupación de Viña San Pedro por mejorar sus índices de eficiencia energética -como se comentó en la sección Comprometidos por la Calidad-, durante el año 2009 se realizó una auditoría con la universidad UTFSM, con el objeto de reducir el consumo de energía. Como resultado de esta auditoría se descubrieron e implementaron varias iniciativas para reducir el consumo de energía en nuestras Areas Industrial y Agrícola.

Área Industrial:

- Automatización de sistemas de control de temperatura en cubas.
- Optimización de recursos térmicos en las calderas.
- Cambios en las tecnologías de estabilización de vinos.
- Automatización de transportadores de botellas en las líneas de envasado.
- Cambio de sistema de iluminación en bodegas y salas de envasado.

Área Agrícola:

- Multifunción de los equipos
- Hacer más eficientes los sistemas de riego
 - o Instalación de Caudalímetros.
 - o Índices de distribución y aplicación de agua de riego.
 - o Uso de tecnologías como TDR y FDR para el cálculo de la necesidad de riego.

El año 2009 se logró un ahorro de 250.000 KWh/año, en energía eléctrica.



Consumo de Agua

El agua constituye una importante materia prima en las operaciones de la Compañía tanto en el Area Agrícola, como en la Industrial. Es usada para el riego de nuestros viñedos, así como agente de limpieza y sanitización en el Area Industrial. Por esta razón, es una permanente preocupación de Viña San Pedro hacer más eficiente el uso de este recurso natural.

De los cuatro campos reportados, un 59% del riego es tecnificado, tal como se observa en la tabla a continuación. Este sistema de riego permite un ahorro significativo de agua, una mejor absorción de nutrientes a través de la fertirrigación, además de elevar los rendimientos de los cultivos y mejorar la calidad de los productos. Los sistemas de riego tradicionales consisten en aplicar el agua a las parcelas a través de canales y surcos. Con esta práctica sólo se obtiene un 30% de eficiencia, hay una gran cantidad de agua que se pierde y ocasionan una gran erosión de los suelos, a diferencia del riego tecnificado, que alcanza hasta un 90% de eficiencia, y reduce la erosión del suelo.

Consumo de Agua			
Campo	Has Totales	Has con riego tecnificado	%
Pencahue	850	850	100%
Chepica	245	70	29%
Totihue	103	103	100%
Molina	1.200	380	32%
Total	2.398	1.403	59%

Además, en los campos de Molina y Pencahue, estamos calculando un Índice de Riego Perfecto, el cual permite evaluar si el riego real se ajusta a lo ordenado, según los requerimientos estimados por el Área Agrícola. Se trata de un software que arroja si los datos de riego real (días y minutos de riego total), son equivalentes a lo que se solicitó irrigar. Si los datos coinciden, se obtiene un índice de 100. Si no es así, se obtiene un 0. Este índice se calcula para cada riego y se obtiene un porcentaje semanal. Esta medición permite mejorar el monitoreo del riego y por lo tanto, ahorrar agua.

En el Area Industrial la principal fuente hídrica, es el agua de pozo, con consumos de 200.000 m³/año, y un consumo específico de 3 litros de agua por litro de vino producido. En el Area Agrícola, se riega con agua de canal gravitacional. Ni estos canales de riego, ni ninguna otra fuente de agua han sido afectados significativamente para la captación de este recurso por parte de la empresa.

Desde el año 2006 VSP comenzó un programa de uso racional del agua en sus plantas, que ha alcanzado altísimos niveles de ahorro, eficiencia y reutilización. El 72% del agua usada en los procesos es tratada y reutilizada para irrigar nuestro bosque reforestado de 20 hectáreas de Quillayes. Desde el comienzo de este programa se ha logrado reducir en un 25% la cantidad de agua utilizada en la producción de vino.





Biodiversidad

Viña San Pedro no tiene plantas en terrenos ubicados y/o adyacentes a zonas protegidas o de alta diversidad, contiguas a zonas protegidas.

El año 2004 se desarrolló un proyecto de forestación de 20 has, en el predio de Molina, propiedad de Viña San Pedro, el cual se mantiene y protege hasta la actualidad.

La condición de los terrenos era de aptitud preferentemente Forestal, con pendiente media de alrededor de 30% a 40% y vegetación mínima existente, limitada en su mayoría a matorral degradado y con un proceso de erosión en aumento. Es por esto que el programa de forestación consideró la construcción de obras de recuperación de suelos y la instalación de un sistema de riego por goteo para las hectáreas consideradas.

En esa oportunidad, se realizó la plantación de 28.000 plantas del árbol nativo chileno, Quillay, con el objetivo de evitar el proceso de erosión, aumentar la flora nativa local y con ello también, la fauna del lugar.



Emisiones Gaseosas

Las emisiones del Area Industrial de VSP para el 2009 fueron de 1.136.000 Kg CO₂, 4.036 Kg NO_x y 470 Kg SO_x.

En lo referente a sustancias que afectan la capa de ozono, VSP adhiere a las mejores prácticas internacionales. A principios de 2006, de acuerdo con la política ambiental de la Compañía, se sustituyó la utilización clorofluorocarbonos o CFC's, halones y bromuros.

El año 2009, VSP comenzó la evaluación de distintas tecnologías para reducir las emisiones, además lanzó la implementación de botellas livianas en dos de sus principales marcas. Las botellas Ecoglass, que San Pedro implementó en sus marcas Castillo de Molina (variedades Shiraz, Pinot Noir, Sauvignon Blanc y Chardonnay), y 35 Sur Reserva, son un 14% más livianas (de 390gr o 420gr), que las convencionales (460gr o 490gr). Esto nos permite reducir la Huella de Carbono asociada al transporte de nuestros productos en un 4,9%.

Con esto, San Pedro busca alcanzar el doble objetivo de eliminar toneladas de residuos de vidrio y emisiones al entorno, logrando un equilibrio entre las necesidades de los consumidores y la protección del medio ambiente.

Como parte de nuestro objetivo de tener procesos cada vez más eficientes y amigables con el medioambiente, Viña San Pedro comenzó a medir su Huella de Carbono respecto del año 2008 en Molina, donde está nuestro mayor viñedo y bodega. Con esta iniciativa, se buscó mejorar la gestión en los temas asociados a nuestras emisiones y la eficiencia energética.

Residuos Líquidos

Los RILES generados por el Area Industrial, 145.000 m³, son manejados en nuestra planta de tratamiento de RILES de última generación y posteriormente son utilizados para el riego de nuestro bosque de especies nativas (Quillayes). Las aguas servidas, 12.000 m³, son tratadas y luego vertidas al cauce de agua superficial, bajo todas las normas que impone la ley. El Area Agrícola no genera aguas residuales.

Residuos Sólidos

Un aspecto fundamental de la Política Medioambiental de VSP es el reciclaje de los residuos industriales originados por los procesos de producción. Como resultado de una consistente gestión en referencia a este punto, VSP logra un índice de reciclaje muy favorable.

Residuos Sólidos		
Tipo de Residuos	Ton	Destino, Empresa
Residuos Domésticos	290	a vertedero, Arquitectura y Paisajismo
Cartones	138	a reciclaje, Arquitectura y Paisajismo
Vidrio	134	a reciclaje, Arquitectura y Paisajismo
Plásticos	50	a reciclaje, Arquitectura y Paisajismo
Cremor Tártaro	84	a reciclaje, Industrias Vinicas
Borras + Tierras Filtrantes	290	a reciclaje, Industrias Vinicas
Lodos	450	a compostaje VSP
Orujos + Escobajos	3.300	a compostaje VSP
Residuos Peligrosos	10	a Bravo Energy

Durante el 2009 no ocurrieron derrames accidentales significativos.

En cuanto al impacto ambiental generado por nuestros productos y servicios, tenemos certificación ISO 14001 Gestión Ambiental, la que nos exige tener una “Matriz de Significancia”, en la cual se evalúan todos los aspectos e impactos ambientales de la planta y también exige un Plan de Control Ambiental, a través del cual se busca controlarlos.

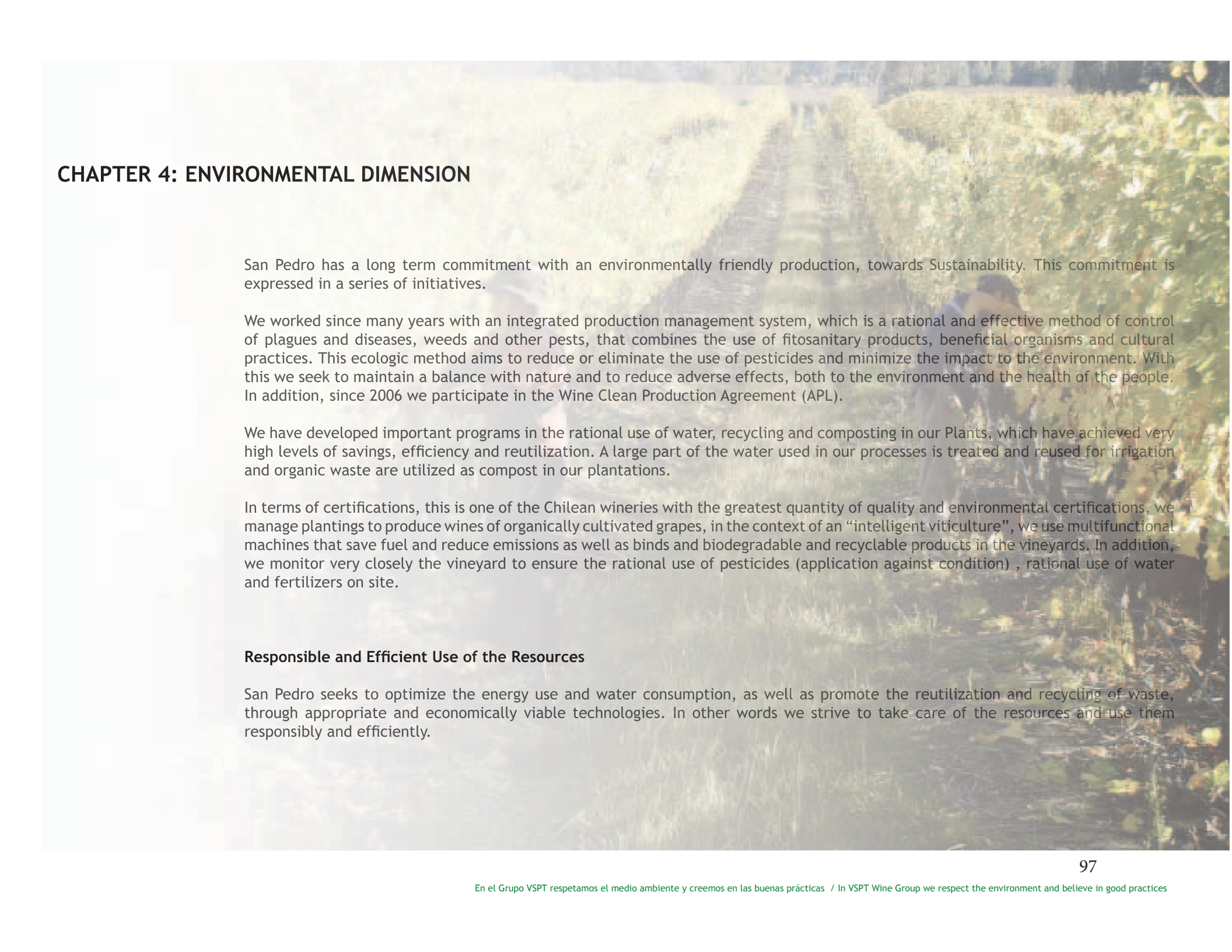
El Area Industrial en la Planta Molina recicla el 90% de sus residuos, es decir, tenemos un indicador específico de 0,45 Kg de residuos sólidos no Reciclados por hectolitro de vino producido.

El Area agrícola, por su parte, aplica triple lavado al 90% de los envases de productos, los cuales envía a chipear a una empresa facultada y certificada para ello.

El cartón desechado en las Areas Agrícola e Industrial se vende por kilo a una empresa para su reciclaje, mientras los envases de fertilizantes son retirados como basura domiciliaria.

Cumplimiento Normativo

Durante el periodo reportado, la empresa no ha tenido multas por incumplimientos de la normativa ambiental.



CHAPTER 4: ENVIRONMENTAL DIMENSION

San Pedro has a long term commitment with an environmentally friendly production, towards Sustainability. This commitment is expressed in a series of initiatives.

We worked since many years with an integrated production management system, which is a rational and effective method of control of plagues and diseases, weeds and other pests, that combines the use of fitosanitary products, beneficial organisms and cultural practices. This ecologic method aims to reduce or eliminate the use of pesticides and minimize the impact to the environment. With this we seek to maintain a balance with nature and to reduce adverse effects, both to the environment and the health of the people. In addition, since 2006 we participate in the Wine Clean Production Agreement (APL).

We have developed important programs in the rational use of water, recycling and composting in our Plants, which have achieved very high levels of savings, efficiency and reutilization. A large part of the water used in our processes is treated and reused for irrigation and organic waste are utilized as compost in our plantations.

In terms of certifications, this is one of the Chilean wineries with the greatest quantity of quality and environmental certifications, we manage plantings to produce wines of organically cultivated grapes, in the context of an “intelligent viticulture”, we use multifunctional machines that save fuel and reduce emissions as well as binds and biodegradable and recyclable products in the vineyards. In addition, we monitor very closely the vineyard to ensure the rational use of pesticides (application against condition) , rational use of water and fertilizers on site.

Responsible and Efficient Use of the Resources

San Pedro seeks to optimize the energy use and water consumption, as well as promote the reutilization and recycling of waste, through appropriate and economically viable technologies. In other words we strive to take care of the resources and use them responsibly and efficiently.

Materials

The following are the main raw materials and manufacturing materials used in the different productive processes of the company.

Agricultural Area (Season 1/6/2008 - 31/5/2009)			Industrial Area	
Materials	KG	LT	Materials	Kg
FERTILIZERS	1,197,428	4,156	Bottles	36,000,000
FUNGICIDES	148,400	4,520	Cardboard	3,500,000
HERBICIDES	4,587	6,304	Caps	337,500
INSECTICIDES AND NEMATICIDES	781	7,740		
AGRICULTURAL SUPPLIES	1,669	243		
LUBRICANTS		63		
OTHER AGROCHEMICALS	2,517	624		

As for the percentage of materials that corresponds to recycled material, in the Agricultural Area the grape skins and stalks are recycled every year, which pass through a composting process and then are applied to the soils, providing nutrients and thus improving the soil structure. In 2009, 1,848,000 kg of compost were applied in our soils.

Energy Consumption

The consumption of energy during 2009 in San Pedro, separated in primary sources was:

Industrial Area		Agricultural Area	
Item	Lt	Property	Lt of oil
Oil	360,000	Chépica	27,199
Gas	54,000	Molina	159,698
		Totihue	27,052
		Pencahue	58,968

The indirect consumptions of energy that took place in 2009, separated by primary sources are described below:

Indirect Energy Consumptions		
Item	Lt. Oil	Lt. Gasoline
Staff Buses	78,000	
Radio-Taxi and Internal Postal service	18,000	8,400
Van	2,760	
Vehicles	45,000	

In the context of the constant concern of San Pedro to improve its energetic efficiency rate -as commented in the section Committed by Quality- during 2009 an audit was made with the University UTFSM, in order to reduce the consumption of energy. As a result of this audit several initiatives were discovered and implemented to reduce energy consumption in our Industrial and Agricultural Areas.

Industrial area:

- Automation of temperature control systems in vats.
- Optimization of thermal resources in the boilers.
- Change in wine stabilization technologies.
- Automation of bottles transporters in the bottling lines.
- Change of illumination system in wine cellars and bottling rooms.

Agricultural Area:

- Multifunction of the equipment.
- Make the irrigation systems more efficient.
 - o Installation of Flow meters.
 - o Distribution and application rates of irrigation water.
 - o Use of technologies such as TDR and FDR to calculate the need of irrigation.

In 2009, we achieved savings of 250,000 KWh/year in electricity.



Water Consumption

Water is an important raw material in our operations, both in the Agricultural Area as in the Industrial Area. It is used to irrigate our vines, as well as cleaning and sanitization agent in the Industrial Area. For this reason, it is a permanent concern of San Pedro to make the use of this natural resource more efficient.

Of the four fields reported, 59% of the irrigation is technified as can be observed in the following table. This irrigation system allows a significant saving of water, better absorption of nutrients through fertigation, as well as raise the yields and improve product quality. Traditional irrigation systems consist in applying water to the fields through canals and furrows. With this practice an efficiency of only 30% is achieved, there is a large amount of water lost and it causes great erosion on the soils, unlike technified irrigation, that reaches up to 90% of efficiency and reduces the erosion of the soil.

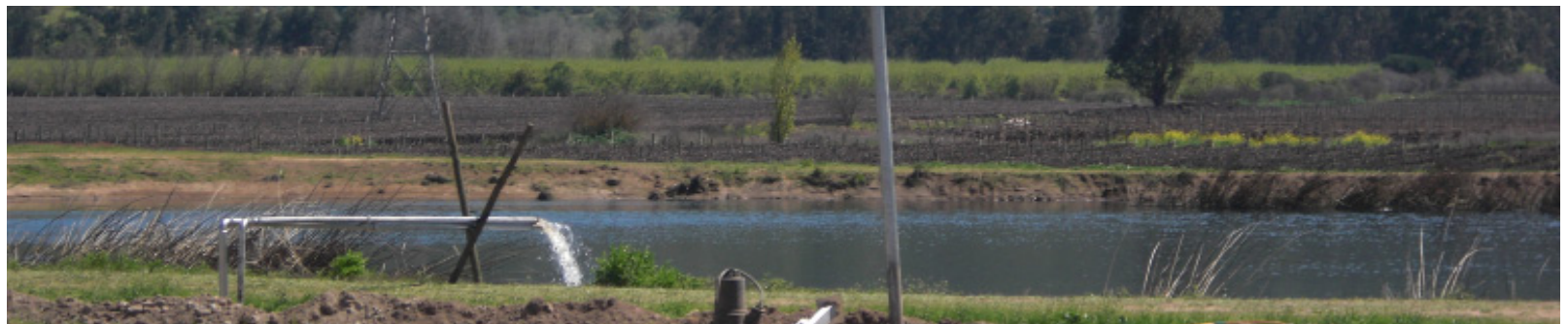
Water Consumption

Field	Total Hect.	Hect. with technified irrigation	%
Pencahue	850	850	100%
Chepica	245	70	29%
Totihue	103	103	100%
Molina	1,200	380	32%
Total	2,398	1,403	59%

In addition, in the fields of Molina and Pencahue, we are calculating an Index of perfect irrigation, which allows to assess if the real irrigation is consistent with what has been ordered, according to the requirements estimated by the Agricultural Area. It is a software that shows if what was effectively irrigated (days and minutes of total irrigation) is what was initially requested to be irrigated. If the data matches, an index of 100 is obtained. If not, a 0 is obtained. This index is calculated for each irrigation and a weekly percentage is obtained. This measurement allows to improve the monitoring of irrigation and therefore save water.

In the Industrial Area the main water sources are the well water, with consumptions of 200,000 m³/year and a specific consumption of 3 liters of water per liter of wine produced. In the Agricultural Area, the fields are irrigated with water of gravitational canal. Neither these irrigation canals, or any other source of water has been affected significantly for the uptake of this resource by the company.

Since 2006 San Pedro began a rational use of water program in its Plants, which has reached very high levels of savings, efficiency and reutilization. 72% of the water used in the processes is treated and reutilized to irrigate our reforested forest of 20 hectares of Quillayes. Since the beginning of this program it has been possible to reduce in 25% the quantity of water used in the production of wine.





Biodiversity

San Pedro has no plants in lands located and /or adjacent to protected areas or of high diversity, next to protected zones.

In 2004 a forestation project of 20 hectares was developed in the Molina plot, owned by San Pedro, which is maintained and protected until now.

The land condition was preferably forestry aptitude, with average slope of about 30% to 40% and minimum vegetation existing, mostly limited to degraded bushes and with an increasing erosion process. It's for this reason that the forestry program considered the construction of soil recovery and the installation of a drip irrigation system for the hectares in question.

On that occasion 28,000 Chilean native trees, Soapbark, were planted in order to avoid the erosion process, increase the local native flora and thereby also the fauna of the place.



Gas Emissions

The emissions of the Industrial Area of San Pedro for 2009 were 1,136,000 Kg CO₂, 4,036 Kg NO_x and 470 Kg SO_x.

Regarding with substances that affect the ozone layer, San Pedro adheres to the best international practices. In early 2006, according to the company's environmental policy, the use of chlorofluorocarbons or CFS's halons and bromides were substituted.

In 2009 San Pedro began the evaluation of different technologies to reduce the emissions, and also launched the implementation of lightweight bottles in two of its main brands. The Ecoglass bottles which San Pedro implemented in its Castillo de Molina brands (varieties Shiraz, Pinot Noir, Sauvignon Blanc and Chardonnay) and 35 South Reserva, are 14% lighter (390gr or 420gr), than the conventional bottles (460gr or 490gr). This enables us to reduce the Carbon Footprint associated to the transportation of our products in 4.9%.

With this, San Pedro aims to achieve the dual objective of eliminating tons of glass waste and emissions to the environment, achieving a balance between the needs of the consumers and the protection of the environment.

As part of our objective of having increasingly efficient and environmentally friendly processes, Viña San Pedro began to measure its Carbon Footprint for the year 2008 in Molina, where our largest vineyard and winery are established. With this initiative, it was sought to improve management in issues related to our emissions and energetic efficiency.

Liquid Waste

The liquid industrial waste (LIWS) generated by the Industrial Area, 145,000 m³, are handled in our last generation wastewater treatment plant and subsequently are used for the irrigation of our forest of native species Quillayes (Soapbarks). The 12,000 m³ of sewage water are treated and then discharged into the surface water channel, under all the regulations imposed by the law. The Agricultural Area does not generate residual waters.

Solid Waste

A fundamental aspect of the Environmental Policy of San Pedro is the recycling of the industrial waste generated by the production processes. As a result of a consistent management regarding to this point, San Pedro reaches a very favorable recycling rate.

Solid Wastes		
Type of Waste	Tons	Destination, Company
Domestic Waste	290	To dumps, Arquitectura y Paisajismo
Cardboard	138	To recycling, Arquitectura y Paisajismo
Glass	134	To recycling Arquitectura y Paisajismo
Plastics	50	To recycling Arquitectura y Paisajismo
Cream of Tartar	84	To recycling, Vinicas Industries
Wine Lees + Diatomaceous earth	290	To recycling, Vinicas Industries
Sludge	450	To San Pedro composting
Grape skin + stalks	3,300	To San Pedro composting
Hazardous Waste	10	To Bravo Energy

During 2009 no significant accidental spills occurred.

Regarding to environmental impacts generated by our products and services, we have ISO 14001 Environmental Management certification, which requires we have a “Matrix of significance” in which all the aspects and environmental impacts of the plant are evaluated, and also requires an Environmental Control Plan through which it is seeks to control them.

The Industrial Area in Molina recycles 90% of its waste, that is, we have a specific indicator of 0.45 Kg. of solid non recycled waste per hectoliter of wine produced.

The Agricultural Area applies triple washing of 90% of the product containers, which are sent to be chipped at a company authorized and certified for this.

The cardboard waste from Agricultural and Industrial areas is sold by kilo to a company for recycling while the fertilizer containers are removed as household waste.

Regulatory fulfillment

During the period reported, the Company has not been fined for noncompliance of the environmental regulations.

Tabla de Contenidos G3 GRI (G3 Content Index GRI)		
Estrategia y Perfil (Strategy and Profile)		
Indicador/Código (Indicator/Code)	Descripción (Description)	Página (Page)
1: Perfil (Profile)		
1.1	Declaración de la Alta Dirección (Statement from the most senior decision-maker of the organization)	4-7
1.2	Descripción de los Principales Impactos, Riesgos y Oportunidades (Description of key impacts, risks, and opportunities)	4-7
2: Perfil de la Organización (Organizational Profile)		
2.1	Nombre de la Organización Informante (Name of the organization)	8-9
2.2	Marcas, Productos y Servicios (Primary brands, products, and/or services)	26-31
2.3	Estructura Operativa de la Organización (Operational structure of the organization)	10-21
2.4	Ubicación de la Casa Matriz (Location of organization's headquarters)	10-21
2.5	Países en los que Opera la Organización (Number of countries where the organization operates)	10-21
2.6	Naturaleza de la Propiedad y Forma Legal (Nature of ownership and legal form)	10-21
2.7	Principales Mercados de Destino (Markets served)	22-25
2.8	Dimensión de la Organización Informante (Scale of the reporting organization)	10-25
2.9	Principales Decisiones Adoptadas durante el Periodo que Cubre la Memoria (Significant changes during the reporting period)	-
2.10	Premios Recibidos en el Periodo Reportado (Awards received in the reporting period)	32-33

3: Parámetros del Reporte (Report Parameters)		
3.1	Periodo que Cubre el Reporte (Reporting period for information provided)	2-3
3.2	Fecha del Reporte Inmediatamente Anterior (Date of most recent previous report)	2-3
3.3	Ciclo del Reporte (Reporting cycle)	2-3
3.4	Punto de Contacto (Contact point for questions regarding the report or its contents)	2-3
3.5	Proceso para Definir el Contenido del Reporte (Process for defining report content)	2-3
3.6	Límites del Reporte (países, regiones, divisiones, instalaciones, filiales, etc.) (Boundary of the report (e.g., countries, divisions, subsidiaries, etc.))	2-3
3.7	Informar sobre Alguna Limitación en el Alcance o Límite del Reporte (State any specific limitations on the scope or boundary of the report)	2-3
3.8	Base para Reportar sobre <i>Joint Ventures</i> , Divisiones Subsidiarias, Operaciones Tercerizadas y otras (Basis for reporting on joint ventures, subsidiaries, leased facilities, outsourced operations, and others)	-
3.9	Técnicas para la Medición de Datos y Bases de Cálculos (Data measurement techniques and the bases of calculations)	-
3.10	Explicación del Efecto de Cualquier Cambio en la Información Entregada en los Reportes Previos (Explanation of the effect of any re-statements of information provided in earlier reports)	-
3.11	Cambios Significativos en el Alcance, Límites o Métodos de Medición Aplicados en este Reporte, Respecto del Anterior (Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report)	-
3.12	Tabla Indicadora de la Localización de la Información Estándar dentro de la Memoria (Table identifying the location of the Standard Disclosures in the report)	104-115
3.13	Políticas y Prácticas Relacionadas con la Búsqueda del Aseguramiento Externo del Reporte (Policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report)	-

4: Gobierno, Compromisos e Involucramiento (Governance, Commitments, and Engagement)		
4.1	La Estructura de Gobierno de la Organización (Governance structure of the organization)	10-21
4.2	Función del más alto Ejecutivo (Functions of the highest governance body)	51-53
4.3	Estructura Directiva (Board structure)	10-21
4.4	Participación de Accionistas y Empleados (Participation of shareholders and employees)	58-63
4.5	Vínculo entre las Compensaciones y el Desempeño de la Organización a los Miembros del más alto Órgano de Gobierno (Linkage between compensation for members of the highest governance body, and the organization's performance)	58-61
4.6	Procedimiento del más alto Órgano de Gobierno para Evitar Conflictos de Intereses (Processes in place for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided)	38-49
4.7	Proceso para Determinar las Calificaciones y la Experiencia de los Miembros del más alto Órgano de Gobierno para Guiar la Estrategia de la Organización sobre Temas Económicos, de Medio Ambiente y Sociales (Process for determining the qualifications and expertise of the members of the highest governance body for guiding the organization's strategy on economic, environmental, and social topics)	-
4.8	Declaraciones de Misión y Valores (Internally developed statements of mission and values)	34-37
4.9	Proceso de los Miembros del más alto Órgano de Gobierno para Supervisar la Identificación y la Gestión del Desempeño Social, Medioambiental y Económico de la Organización (Procedures of the highest governance body for overseeing the organization's identification and management of economic, environmental, and social performance)	51-53
4.10	Procedimientos para Evaluar el Desempeño del más alto Órgano de Gobierno (Processes for evaluating the highest governance body's own performance)	-
4.11	Explicación si la Organización ha Adoptado un Enfoque o Principio Precautorio (Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization)	38-49
4.12	Cartas, Principios u otras Iniciativas Externas de Tipo Económicas, Ambientales y Sociales a las cuales la Organización Suscribe o Apoya (Externally developed economic, environmental, and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or endorses)	38-49
4.13	Membresía en Asociaciones y/u Organizaciones Nacionales e Internacionales de Asesoramiento (Memberships in associations and/or national/international advocacy)	49
4.14	Lista de Grupos de Interés Involucrados con la Organización (List of stakeholder groups engaged by the organization)	54-57
4.15	Base para la Identificación y Selección de los Grupos de Interés (Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage)	54-57
4.16	Enfoque del Involucramiento con los Distintos Grupos de Interés (Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group)	54-57
4.17	Principales Cuestiones y Asuntos de Interés que Hayan Surgido a través de la Participación de los Stakeholders (Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement)	-

INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS (<i>Economic Financial Indicators</i>)		
Aspecto: Desempeño Económico (<i>Economic performance</i>)		
EC1	Valor Económico Directo Generado y Distribuido, Incluyendo Ingresos, Costos de Explotación; Retribución a Empleados, Donaciones y otras Inversiones en la Comunidad, Beneficios no Distribuidos y Pagos a Proveedores de Capital y a Gobiernos (Direct economic value generated and distributed, including revenues, operating costs, employee compensation, donations and other community investments, retained earnings, and payments to capital providers and governments)	58-63
EC2	Consecuencias Financieras y otros Riesgos y Oportunidades para las Actividades de la Organización Debido al Cambio Climático (Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change)	-
EC3	Cobertura de las Obligaciones de la Organización Debidas a Programas de Beneficios Sociales (Coverage of the organization's defined benefit plan obligations)	58-63
EC4	Ayudas Financieras Significativas Recibidas de Gobiernos (Significant financial assistance received from government)	58-63
Aspecto: Presencia en el Mercado (<i>Market presence</i>)		
EC5	Rango de las Relaciones entre el Salario Inicial Estándar y el Salario Mínimo Local en Lugares Donde se Desarrollen Operaciones Significativas (Range of ratios of standard entry level wage compared to local minimum wage at significant locations of operation)	-
EC6	Política, Prácticas y Proporción de Gasto Correspondiente a Proveedores Locales en Lugares Donde se Desarrollen Operaciones Significativas (Policy, practices, and proportion of spending on locally-based suppliers at significant locations of operation)	-
EC7	Procedimientos para la Contratación Local y Proporción de Altos Directivos Procedentes de la Comunidad Local en Lugares donde se Desarrollen Operaciones Significativas (Procedures for local hiring and proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation)	58-63
Aspecto: Impactos Económicos Indirectos (<i>Indirect economic impacts</i>)		
EC8	Desarrollo e Impacto de las Inversiones en Infraestructura y los Servicios Prestados Principalmente para el Beneficio Público Mediante Compromisos Comerciales, Pro Bono o en Especies (Development and impact of infrastructure investments and services provided primarily for public benefit through commercial, in-kind, or pro bono engagement)	-
EC9	Entendimiento y Descripción de los Impactos Económicos indirectos Significativos, Incluyendo el Alcance de Dichos Impactos (Understanding and describing significant indirect economic impacts, including the extent of impacts)	-

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL (Social Performance Indicators)		
PRACTICAS LABORALES Y ETICA DEL TRABAJO (Labor Practices and Decent Work)		
Aspecto: Empleo (Employment)		
LA1	Desglose del Colectivo de Trabajadores por Tipo de Empleo, por Contrato y por Región (Total workforce by employment type, employment contract, and region)	64-89
LA2	Número Total de Empleados y Rotación Media de Empleados, Desglosados por Grupo de Edad, Sexo y Región (Total number and rate of employee turnover by age group, gender, and region)	64-89
LA3	Beneficios Sociales para los Empleados con Jornada Completa, que no se Ofrecen a los Empleados Temporales o de Media Jornada, Desglosados por Actividad principal (Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by major operations)	64-89
Aspecto: Relaciones Empresa/Trabajadores (Labor/management relations)		
LA4	Porcentaje de Empleados Cubiertos por un Convenio Colectivo (Percentage of employees covered by collective bargaining agreements)	64-89
LA5	Periodo(s) Mínimo(s) de Preaviso Relativo(s) a Cambios Organizativos, incluyendo si estas Notificaciones son Especificadas en los Convenios Colectivos (Minimum notice period(s) regarding significant operational changes, including whether it is specified in collective agreements)	-
Aspecto: Salud y Seguridad en el Trabajo (Occupational health and safety)		
LA6	Porcentaje del Total de Trabajadores que Están Representado en Comités de Salud y Seguridad Conjuntos de Dirección-Empleados, Establecidos para Ayudar a Controlar y Asesorar sobre Programas de Salud y Seguridad en el Trabajo (Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs)	-
LA7	Tasas de Ausentismo, Enfermedades Profesionales, Días Perdidos y Número de Víctimas Mortales Relacionadas con el Trabajo, por Región (Rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities by region)	-
LA8	Programas de Educación, Formación, Asesoramiento, Prevención y Control de Riesgos que se Apliquen a los Trabajadores, a sus Familias o a los Miembros de la Comunidad en Relación con Enfermedades Graves (Education, training, counseling, prevention, and risk-control programs in place to assist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases)	-
LA9	Asuntos de Salud y Seguridad Cubiertos en Acuerdos Formales con Sindicatos (Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions)	-
Aspecto: Formación y Educación (Training and education)		
LA10	Promedio de Horas de Formación al Año por Empleado, Desglosado por Categoría de Empleado (Average hours of training per year per employee by employee category)	64-89
LA11	Programas de Gestión de Habilidades y de Formación Continua que Fomenten la Empleabilidad de los Trabajadores y que les Apoyen en la Gestión de sus Carreras profesionales (Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings)	64-89
LA12	Porcentaje de Empleados que Reciben Evaluaciones Regulares del Desempeño y de Desarrollo Profesional (Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews)	64-89

Aspecto: Diversidad e Igualdad de Oportunidades (Diversity and equal opportunity)		
LA13	Composición de los Organos de Gobierno Corporativo y Plantilla, Desglosado por Sexo, Grupo de Edad, Pertenencia a Minorías y otros Indicadores de Diversidad (Composition of governance bodies and breakdown of employees per category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of Diversity)	64-89
LA14	Relación entre Salario Base de los Hombres con Respecto al de las Mujeres, Desglosado por Categoría Profesional (Ratio of basic salary of men to women by employee category)	64-89
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL (Social Performance Indicators)		
DERECHOS HUMANOS (Human Rights)		
Aspecto: Prácticas de Inversión y Abastecimiento (Investment and procurement practices)		
HR1	Porcentaje y Número Total de Acuerdos de Inversión Significativos que Incluyan Cláusulas de Derechos Humanos o que Hayan Sido Objeto de Análisis en Materia de Derechos Humanos (Percentage and total number of significant investment agreements that include human rights clauses or that have undergone human rights screening)	-
HR2	Porcentaje de los Principales Distribuidores y Contratistas que Han Sido Objeto de Análisis en Materia de Derechos Humanos, y Medidas Adoptadas como Consecuencia (Percentage of significant suppliers and contractors that have undergone screening on human rights and actions taken)	-
HR3	Total de Horas de Formación de los Empleados sobre Políticas y Procedimientos Relacionados con Aquellos Aspectos de los Derechos Humanos Relevantes para sus Actividades, Incluyendo el Porcentaje de Empleados Formados (Total hours of employee training on policies and procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations, including the percentage of employees trained)	-
Aspecto: No Discriminación (Non-discrimination)		
HR4	Número Total de Incidentes de Discriminación y Medidas Adoptadas (Total number of incidents of discrimination and actions taken)	64-89
Aspecto: Libertad de Asociación y Convenios Colectivos (Freedom of association and collective bargaining)		
HR5	Actividades de la Compañía en las que el Derecho de Libertad de Asociación y de Acogerse a Convenios Colectivos Puedan Correr Importantes Riesgos, y Medidas Adoptadas para Respalidar estos derechos (Operations identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be at significant risk, and actions taken to support these Rights)	64-89
Aspecto: Explotación Infantil (Child labor)		
HR6	Actividades Identificadas que Conllevan un Riesgo Potencial de Incidentes de Explotación Infantil, y Medidas Adoptadas para Contribuir a su Eliminación (Operations identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the elimination of child labor)	64-89
Aspecto: Trabajo Forzado (Forced and compulsory labor)		
HR7	Operaciones Identificadas como de Riesgo Significativo de ser Origen de Episodios de Trabajo Forzado o no Consentido, y las Medidas Adoptadas para Contribuir a su Eliminación (Operations identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures to contribute to the elimination of forced or compulsory labor)	64-89

Aspecto: Prácticas		
HR8	Porcentaje de Personal de Seguridad que Ha Sido Formado en las Políticas o Procedimientos de la Organización en Aspectos de Derechos Humanos Relevantes para las actividades (Percentage of security Staff trained in the organization's policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations)	-
Aspecto: Derechos de los Indígenas (Indigenous rights)		
HR9	Número Total de Incidentes Relacionados con Violaciones de los Derechos de los Indígenas y Medidas adoptadas (Total number of incidents of violations involving rights of indigenous people and actions taken)	64-89
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL (Social Performance Indicators)		
SOCIEDAD (Society)		
Aspecto: Comunidad (Community)		
SO1	Naturaleza, Alcance y Efectividad de Programas y Prácticas para Evaluar y Gestionar los Impactos de las Operaciones en las Comunidades, Incluyendo la Entrada, Operación y Salida de la Empresa (Nature, scope, and effectiveness of any programs and practices that assess and manage the impacts of operations on communities, including entering, operating, and exiting)	64-89
Aspecto: Corrupción (Corruption)		
SO2	Porcentaje y Número Total de Unidades de Negocios Analizadas con respecto a Riesgos Relacionados con la Corrupción (Percentage and total number of business units analyzed for risks related to corruption)	64-89
SO3	Porcentaje de Empleados Formados en las Políticas y Procedimientos Anti-Corrupción de la Organización (Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures)	64-89
SO4	Medidas Tomadas en Respuesta a Incidentes de corrupción (Actions taken in response to incidents of corruption)	64-89
Aspecto: Política Pública (Public policy)		
SO5	Posición en las Políticas Públicas y Participación en el Desarrollo de las Mismas y de Actividades de "lobbying" (Public policy positions and participation in public policy development and lobbying)	-
SO6	Valor Total de las Aportaciones Financieras y en Especies a Partidos Políticos o a Instituciones Relacionadas, por Países (Total value of financial and in-kind contributions to political parties, politicians, and related institutions by country)	-
Aspecto: Comportamiento de Competencia Desleal (Anti-competitive behavior)		
SO7	Número Total de Acciones por Causas Relacionadas con Prácticas Monopolísticas y Contra la Libre Competencia, y sus Resultados (Total number of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices and their outcomes)	-
Aspecto: Cumplimiento Normativo (Compliance)		
SO8	Valor Monetario de Sanciones y Multas Significativas y Número Total de Sanciones no Monetarias Derivadas del Incumplimiento de las Leyes y Regulaciones (Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations)	-

RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS (Product Responsibility)		
Aspecto: Salud y Seguridad del Cliente (Customer health and safety)		
PR1	Fases del Ciclo de Vida de los Productos y Servicios en las que se Evalúan, para en su Caso ser Mejorados, los Impactos de los Mismos en la Salud y la Seguridad de los Clientes, y Porcentaje de Categorías de Productos y Servicios Significativos Sujetos a (Life cycle stages in which health and safety impacts of products and services are assessed for improvement, and percentage of significant products and services categories subject to such procedures)	64-89
PR2	Número Total de Incidentes Derivados del Incumplimiento de la Regulación Legal o de los Códigos Voluntarios Relativos a los Impactos de los Productos y Servicios en la Salud y la Seguridad durante su Ciclo de Vida, Distribuidos en Función del Tipo de Resultado (Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes)	64-89
Aspecto: Etiquetado de Productos y Servicios (Product and service Labelling)		
PR3	Tipos de Información sobre los Productos y Servicios que son Requeridos por los Procedimientos en Vigor y la Normativa, y Porcentaje de Productos y Servicios Sujetos a tales Requerimientos Informativos (Type of product and service information required by procedures, and percentage of significant products and services subject to such information requirements)	64-89
PR4	Número Total de Incumplimientos de la Regulación y de los Códigos Voluntarios Relativos a la Información y al Etiquetado de los Productos y Servicios, Distribuidos en Función del Tipo de Resultados de Dichos Incidentes (Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes)	64-89
PR5	Prácticas con Respecto a la Satisfacción del Cliente, Incluyendo los Resultados de los Estudios de Satisfacción del Cliente (Practices related to customer satisfaction, including results of surveys measuring customer satisfaction)	-
Aspecto: Comunicaciones de Marketing (Marketing Communications)		
PR6	Programas de Cumplimiento de las Leyes o Adhesión a Estándares y Códigos Voluntarios Mencionados en Comunicaciones de Marketing , Incluidos la Publicidad, otras Actividades Promocionales y los Patrocinios (Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship)	64-89
PR7	Número Total de Incidentes Fruto del Incumplimiento de las Regulaciones Relativas a las Comunicaciones de Marketing , Incluyendo la Publicidad, la Promoción y el Patrocinio, Distribuidos en Función del Tipo de Resultado de Dichos Incidentes (Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship by type of outcomes)	-
PR8	Número Total de Reclamaciones Debidamente Fundamentadas en Relación con el Respeto a la Privacidad y la Fuga de Datos Personales de Clientes (Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data.)	-

Aspecto: Cumplimiento Normativo (Compliance)		
PR9	Costo de Aquellas Multas Significativas Fruto del Incumplimiento de la Normativa en Relación con el Suministro y el Uso de Productos y Servicios de la Organización (Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services.)	64-89
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL (Environmental Performance Indicators)		
Aspecto: Materiales (Materials)		
EN1	Materiales Utilizados, por Peso o Volumen (Materials used by weight or volume)	90-103
EN2	Porcentaje de los Materiales Utilizados que son Materiales Valorizados (Percentage of materials used that are recycled input materials)	90-103
Aspecto: Energía (Energy)		
EN3	Consumo Directo de Energía Desglosado por Fuentes Primarias (Direct energy consumption by primary energy source)	90-103
EN4	Consumo Indirecto de Energía Desglosado por Fuentes Primarias (Indirect energy consumption by primary source)	90-103
EN5	Ahorro de Energía Debido a la Conservación y a Mejoras en la Eficiencia (Energy saved due to conservation and efficiency improvements)	90-103
EN6	Iniciativas para Proporcionar Productos y Servicios Eficientes en el Consumo de Energía o Basados en Energías Renovables, y las Reducciones en el Consumo de Energía como Resultado de Dichas iniciativas (Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives)	-
EN7	Iniciativas para Reducir el Consumo Indirecto de Energía y las Reducciones Logradas con Dichas iniciativas (Initiatives to reduce indirect energy consumption and reductions achieved)	-
Aspecto: Agua (Water)		
EN8	Captación Total de Agua por Fuentes (Total water withdrawal by source)	90-103
EN9	Fuentes de Agua que Han Sido Afectadas Significativamente por la Captación de Agua (Water sources significantly affected by withdrawal of water)	90-103
EN10	Porcentaje y Volumen Total de Agua Reciclada y Utilizada (Percentage and total volume of water recycled and reused)	-

Aspecto: Biodiversidad (Biodiversity)		
EN11	Descripción de Terrenos Adyacentes o Ubicados dentro de Espacios Naturales Protegidos o de Areas de Alta Biodiversidad no Protegidas. Indíquese la Localización y el Tamaño de Terrenos en Propiedad, Arrendados, o que son Gestionados de Alto Valor en Biodiv (Location and size of land owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas)	90-103
EN12	Descripción de los Impactos más Significativos en la Biodiversidad en Espacios Naturales Protegidos o en Areas de Alta Biodiversidad no Protegidas, Derivados de las Actividades, Productos y Servicios en Areas Protegidas y en Areas de Alto Valor en Biodiv (Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas)	-
EN13	Habitat Protegidos o Restaurados (Habitats protected or restored)	90-103
EN14	Estrategias y Acciones Implantadas y Planificadas para la Gestión de Impactos sobre la Biodiversidad (Strategies, current actions, and future plans for managing impacts on biodiversity)	-
EN15	Número de Especies, Desglosadas en Función de su Peligro de Extinción, Incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en Listados Nacionales y Cuyos Habitat se Encuentren en Areas Afectadas por las Operaciones según el Grado de Amenazas de la Especie (Number of IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations, by level of extinction risk)	-

Aspecto: EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS (<i>Emissions, effluents and waste</i>)		
EN16	Emisiones Totales, Directas e Indirectas, de Gases de Efecto Invernadero, en Peso (Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight)	90-103
EN17	Otras Emisiones Indirectas de Gases de Efecto Invernadero, en Peso (Other relevant indirect greenhouse gas emissions by weight)	-
EN18	Iniciativas para Reducir las Emisiones de Gases de Efecto Invernadero y las Reducciones Logradas (Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved)	90-103
EN19	Emisiones de Sustancias Destructoras de la Capa de Ozono, en Peso (Emissions of ozone-depleting substances by weight)	90-103
EN20	NO, SO y otras Emisiones Significativas al Aire, por Tipo y Peso (NOx, SOx, and other significant air emissions by type and weight)	90-103
EN21	Vertimiento Total de Aguas Residuales, según su Naturaleza y Destino (Total water discharge by quality and destination)	90-103
EN22	Peso Total de Residuos Gestionados, según Tipo y Método de Tratamiento (Total weight of waste by type and disposal method)	90-103
EN23	Número Total y Volumen de los Derrames Accidentales más Significativos (Total number and volume of significant spills)	90-103
EN24	Peso de los Residuos Transportados, Importados, Exportados o Tratados que se Consideren Peligrosos según la Clasificación del Convenio de Basilea, Anexos I, II, III y VIII y Porcentaje de Residuos Transportados Internacionalmente (Weight of transported, imported, exported, or treated waste deemed hazardous under the terms of the Basel Convention Annex I, II, III, and VIII, and percentage of transported waste shipped internationally)	-
EN25	Identificación, Tamaño, Estado de Protección y Valor de Biodiversidad de Recursos Hídricos y Hábitat Relacionados, Afectados Significativamente por Vertidos de Agua y Aguas de Escurrimiento de la Organización informante (Identity, size, protected status, and biodiversity value of water bodies and related habitats significantly affected by the reporting organization's discharges of water and runoff)	-
Aspecto: PRODUCTOS Y SERVICIOS (<i>Products and services</i>)		
EN26	Iniciativas para Mitigar los Impactos Ambientales de los Productos y Servicios, y Grado de Reducción de ese Impacto (Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation)	90-103
EN27	Porcentaje de Productos Vendidos, y sus Materiales de Embalaje, que son Reciclados al Final de su Vida Útil por Categorías de Productos (Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category)	-

Aspecto: CUMPLIMIENTO NORMATIVO (<i>Compliance</i>)		
EN28	Costo de las Multas Significativas y Número de Sanciones no Monetarias por Incumplimiento de la Normativa Ambiental (Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations)	90-103
Aspecto: TRANSPORTE (<i>Transport</i>)		
EN29	Impactos Ambientales Significativos del Transporte de Productos y otros Bienes y Materiales Utilizados para las Actividades de la Organización, así como del Transporte del personal (Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials used for the organization's operations, and transporting members of the workforce)	-
Aspecto: GENERAL (<i>Overall</i>)		
EN30	Desglose por Tipo del Total de Gastos e Inversiones Ambientales (Total environmental protection expenditures and investments by type)	-

Retroalimentación al Reporte de Sostenibilidad VSPT 2009

En VSPT nos interesa su opinión:

Creemos que la Sostenibilidad pasa por generar instancias y mecanismos de diálogo sinceros y transparentes con nuestros públicos de interés.

Lo invitamos a responder el siguiente cuestionario de retroalimentación en nuestra página Web <http://www.vspt.cl/sustentabilidad-360/sustainability-report-gri/backfeeding-questionnaire/> o enviarlo por correo a nuestra Oficina Central, ubicada en:
Av. Vitacura N° 4380, Piso 6, Santiago de Chile.

Para cualquier comentario o consulta, no dude en contactarnos:

Andrea Zwanzger Sánchez
Jefa de Desarrollo Sustentable
azwanzg@vspt.cl
Fono: (56-2) 477 53 00

Backfeeding to the VSPT 2009 Sustainability Report

In VSPT Wine Group we are interested in your opinion.

We believe that the Sustainability is to generate instances and mechanisms of sincere and transparent dialogues with our stakeholders.

We invite you to answer the following feedback questionnaire in our Web page
<http://www.vspt.cl/sustentabilidad-360/sustainability-report-gri/backfeeding-questionnaire/>
or send it by mail to our Central Office located at: Av. Vitacura No. 4380, Piso 6, Santiago, Chile.

For any comments or queries, please contact us.

Andrea Zwanzger Sánchez
Head of Sustainable Development
azwanzg@vspt.cl
Phone: (56-2) 477 53 00

Cuestionario de Retroalimentación al Reporte de Sostenibilidad VSPT 2009 (Backfeeding questionnaire to VSPT 2009 Sustainability Report)

1. De los siguientes capítulos contenidos en el Reporte de Sostenibilidad de VSPT, califique de 1 a 5 cada uno de ellos, siendo 1: Nada Importante y 5: Muy Importante.
(Of the following chapters in the VSPT Sustainability Report, qualify each one of them by 1 to 5, 1 being not important and 5: very important)

- ___ Alcances del Reporte (*Scope of the Report*)
- ___ Mensaje del Gerente General (*Message of the General Manager*)
- ___ Capítulo 1: Antecedentes Generales (*Chapter 1: General Antecedents*)
 - ___ Historia del Grupo VSPT (*History of the VSPT Group*)
 - ___ Perfil de la Organización (*Profile of the Organization*)
 - ___ Operación del Vino (*Wine Operation*)
 - ___ Mercados de Destino (*Target Markets*)
 - ___ Nuestras Marcas (*Our Brands*)
 - ___ Marcas Destacadas (*Outstanding Brands*)
 - ___ Nuestros Premios 2009 (*Our Awards 2009*)
 - ___ Gobierno Corporativo de VSPT (*Corporate Governance of VSPT*)
 - ___ Nuestros Valores (*Our Values*)
 - ___ Políticas y Normativas (*Policies and Regulations*)
 - ___ Membresías (*Memberships*)
 - ___ Marco Normativo (*Regulations*)
 - ___ Estructura Accionaria (*Ownerships Strucutre*)
 - ___ Objetivos Estratégicos (*Strategic Objectives*)
 - ___ Proceso de Administración de Riesgos Estratégicos (*Strategic Risks Administration Process*)
 - ___ Comité de Sustentabilidad VSPT (*VSPT Sustainability Committee*)
 - ___ Participación de los Grupos de Interés (*Stakeholders Participation*)
- ___ Capítulo 2: Dimensión Económico-Financiera (*Chapter 2: Economic-financial Dimension*)
- ___ Capítulo 3: Dimensión Social (*Chapter 3: Social Dimension*)
- ___ Capítulo 4: Dimensión Medioambiental (*Chapter 4: Environmental Dimension*)
- ___ Anexos (*Annexes*)
 - ___ Tabla de Ubicación de Indicadores GRI (*Indicators Location's Table in accordance with GRI*)
 - ___ Retroalimentación al Reporte de Sostenibilidad VSPT (*Backfeeding to VSPT 2009 Sustainability Report*)

2. ¿A qué Público de Interés de VSPT pertenece Usted?
(To what VSPT Stakeholders do you belong?)

- ___ Trabajador (Worker)
- ___ Cliente (Client)
- ___ Consumidor (Consumer)
- ___ Comunidad (Community)
- ___ Proveedor (Supplier)
- ___ Accionista (Shareholder)
- ___ Autoridad (Authority)
- ___ Medio de comunicación (Media)
- ___ Otro, indicar (Another, indicate):

3. Califique de 1 a 5 el Reporte de Sostenibilidad de VSPT 2009 según las siguientes características, donde 1: Muy malo y 5: Muy Bueno.
(Qualify from 1 to 5 the VSPT 2009 Sustainability Report according to the following characteristics, where 1: Very bad and 5: Very good.)

- ___ Extensión o Cantidad de Información (Extension or Quantity of Information)
- ___ Utilidad de la Información, Satisface las Expectativas (Utility of the Information, Meets expectations)
- ___ Presentación y Diseño (Presentation and Design)
- ___ Organización y Distribución de Datos (Organization and Distribution of Data)
- ___ Información Clara, Ordenada y Fácil de Entender (Clear Information, Orderly and Easy to Understand)
- ___ Credibilidad y Confiabilidad de la Información (Credibility and Reliability of the Information)

4. ¿Qué temas o materias de su interés agregaría al documento?
(What subjects or matters of interest would you add to the document?)

5. Si desea realizar algún comentario o sugerencia, por favor hacerlo en el siguiente espacio
(If you wish to make any comment or suggestion, please do it in the following space.)
