MEMORIA ANUAL 2010

VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ S.A.

IDENTIFICACIÓN DE LA ENTIDAD

RAZÓN SOCIAL:
Viña San Pedro Tarapacá S.A.
Nombres de Fantasía: VSPT, VSPT S.A., San Pedro S.A., San Pedro Wine Group, SPWG, Shouthern Sun Wine Group, SSWG, San Pedro Tarapacá S.A., Viña Tarapacá S.A., Viña Tarapacá Ex Zavala S.A. y Viña San Pedro S.A.
RUT: 91.041.000-8
Sociedad Anónima Abierta

CONSTITUCIÓN:
Viña San Pedro S.A. fue constituida por escritura pública de fecha 31 de agosto de 1943, ante el Notario de Santiago, don Pedro Avalos Ballivian, con el nombre de "Compañía Vinícola del Sur S.A.", cuyo extracto se inscribió a fojas 2036 N° 1676 del año 1943, del Registro de Comercio de Santiago y se publicó en el Diario Oficial el 4 de octubre de 1943, edición N° 19674. Su existencia fue autorizada por Decreto Supremo Nº 3404 del 30 de septiembre de 1943, que se inscribió a fojas 2038, vuelta N° 1677 del Registro de Comercio de Santiago del año 1943. Posteriormente, por escritura pública del 30 de julio de 1962, ante el Notario de Santiago, don Gregorio Talesnik, suplente de don Pedro Avalos Ballivian, se cambió la razón social a "Wagner Stein y Cía. S.A.C.". En 1981, mediante escritura pública del 22 de Diciembre, ante el Notario de Santiago, don Jorge Zañartu Squella, suplente de don Patricio Zaldívar Mackenna, se cambió la razón social a "Viña San Pedro S.A.". A través de escritura pública de fecha 25 de mayo de 2005, otorgada ante el Notario don Eduardo Avello Concha, se acuerda modificar la duración de la sociedad. Mediante escritura pública del 18 de julio de 2005, ante el Notario de Santiago, don René Benavente Cash, se acordó aumentar el número de directores y el quórum para sesionar del Directorio. Mediante escritura pública del 15 de noviembre de 2006, ante el Notario de Santiago, don René Benavente Cash, que contiene el acta de la 48ª Junta General Extraordinaria de Accionistas, celebrada el 31 de octubre de 2006, se acordó aumentar el capital social, cuyo extracto se inscribió a fojas 46.886 N° 33.392 del año 2006 del Registro de Comercio de Santiago y se publicó en el Diario Oficial, edición N° 38.618 de 20 de noviembre de 2006. Su última modificación consta en escritura pública de fecha 9 de diciembre de 2008, otorgada ante el Notario don Juan Ricardo San Martín Urrejola en que se cambió la razón social a "Viña San Pedro Tarapacá S.A." y se aumentó el capital de la sociedad, cuyo extracto publicado en el Diario Oficial de 19 de diciembre de 2008 e inscrito a fs. 58712 N° 40705 del año 2008 del Registro de Comercio de Santiago.

GIRO:
La Sociedad tiene por objeto la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas; la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de toda clase de bebidas, sean éstas vinos, licores, cervezas, o de cualquier naturaleza, alcohólicas o analcohólicas y de las materias primas de las mismas; el aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden; la prestación de servicios relacionados con los mismos rubros; la representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y la comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general.

DOMICILIO LEGAL:
Ciudad de Santiago, Comuna Vitacura

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE VALORES:
Nº0393, del 15 de octubre de 1991

CASA MATRIZ:
Av. Vitacura Nº 4380, piso 6
Vitacura, Santiago
Casilla 2607 Correo Santiago
Teléfono (56-2) 477 53 00
Fax (56-2) 477 53 07
www.vsptwines.com

PLANTAS PRODUCTIVAS:
Planta de Envasado y Bodega de Vino, Camino San Pedro s/n, Lontué, VII Región
Bodega de Vinificación y Envasado, Fundo San Pedro, Km. 205 Ruta 5 Sur, Molina, VII Región
Planta de Envasado y Bodega de Vino Tarapacá, Fundo el Rosario de Naltagua, Isla de Maipo, Región Metropolitana.

PREDIOS AGRÍCOLAS:
San Pedro, Molina, VII Región
Viña Tarapacá, Fundo el Rosario de Naltagua, Isla de Maipo, Región Metropolitana
La Huerta, Molina, VII Región
San Miguel, Molina, VII Región
Santa Blanca, Molina, VII Región
Pencahue, Talca, VII Región
Totihue, Requínoa, VI Región
Los Pocillos, Chépica, VI Región
San Ramón, Valle del Maipo, Región Metropolitana

Propiedad de Viña Misiones de Rengo S.A.
Viñedo y Bodega de Vinos Misiones de Rengo, Rengo, VI Región

Propiedad de Viña Altaïr S.A.
Bodegas y Viñedos Totihue, VI Región

Propiedad de Viña del Mar de Casablanca S.A.
Viñedos y Bodega de Vinos Viña Mar, Ruta 68, Casablanca, V Región
Viñedos y Bodega de Vinos Casa Rivas, Fundo el Parrón, María Pinto, Región Metropolitana

Propiedad de Finca La Celia S.A.
Bodegas y Viñedos, San Carlos, Mendoza, Argentina

Propiedad de Bodega Tamarí S.A.
Bodega de Vinos Tamarí, Santa Blanca, Maipú, Mendoza, Argentina

Propiedad de Viña Valles de Chile S.A.
Bodegas y Viñedos Tabalí, Punitaqui, Limarí, IV Región

ARRENDAMIENTOS:
Fundo Santa Ximena, Rengo, VI Región;
Bodega y Fundo Santa Helena, San Fernando, Colchagua, VI Región;
Fundo San Alberto, Peralillo, VI Región;
Fundo San Javier de Lihueimo, Peralillo, VI Región
Bodega de Vinificación y Guarda Patacón, Camino Casablanca, Molina, VII Región
Bodega de Vinificación y Guarda El Milagro, Fundo El Milagro, Convento Viejo, Curicó, VII Región
Bodega de Vinificación y Guarda Don Marcial, San Javier, VII Región
Bodega de Vinificación y Guarda Domper, Sagrada Familia, VII Región
Bodega de Vinificación y Guarda Tapihue, Casablanca, V Región

DEPARTAMENTO DE ACCIONES:
Huérfanos N° 770, piso 22, Santiago
Teléfono (56-2) 3939003, Fax (56-2) 3939315

AUDITORES EXTERNOS:
Pricewaterhouse Coopers Consultores, Auditores y Cía. Ltda.

CLASIFICADORES DE RIESGO:
Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Ltda.
ICR Compañía Clasificadora de Riesgo Ltda.

VENTAS EN SANTIAGO Y REGIONES:
Call Center
Fono (56-2) 477-5370 Fax (56-2) 477-5307
e-mail: cacente@vspt.cl
www.sanpedro.cl

VENTAS EN MOLINA:
Tienda Molina
Ruta 5 Sur, Km. 205, Molina, Séptima Región
Fono (56-75) 491-517 (anexo 531)
Fax (56-75) 491-417
e-mail: vtamoli@vspt.cl

PARA RESERVAS Y VISITAS CONTACTAR A:
- Viña San Pedro, Molina
Pamela Plana C.
Fono (56-75) 491517 (anexo 555)
Móvil (56-9) 9741 5861
tour@vspt.cl

- Viña Tarapacá, Isla de Maipo
Claudia Díaz M.
Fono (56-2) 819 2785
cdiaz@vspt.cl

- Viña Santa Helena, San Fernando
Catalina Aubert A.
Fono (56-72) 913 086
Móvil (56-9) 9235 5581
caubert@vspt.cl

- Viña Altaïr, Totihue
Oriela Caroca V.
Fono (56-2) 477 5598
info@altairwines.com

- Viña Mar, Casablanca
Diego Breittmayer
Fono (56-32) 275 4300
turisvm@vspt.cl

- Finca La Celia, Mendoza
Grisel Juri A.
Fono (54-261) 413 4400
gjuri@vspt.cl

- Viña Tabalí, Ovalle
María Paz Martin P.
Fono (56-2) 477 5535
marimar@vspt.cl

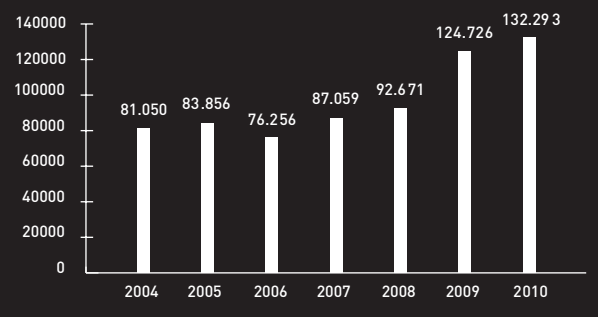
RESUMEN FINANCIERO MEMORIA 2010

	PCGA				IFRS		
ESTADO DE RESULTADOS	**2004 (MM$)**	**2005 (MM$)**	**2006 (MM$)**	**2007 (MM$)**	**2008** (MM$)**	**2009 (MM$)**	**2010 (MM$)**
Ingresos de Explotación	**81.050**	**83.856**	**76.256**	**87.059**	**92.671**	**124.726**	**132.293**
Margen de Explotación	25.731	25.298	23.619	32.559	38.780	46.871	48.417
Gastos de Administración y Ventas	-20.213	-23.231	-21.883	-26.098	-28.476	-34.651	-38.161
Resultado Operacional	**5.517**	**2.067**	**1.736**	**6.462**	**10.304**	**12.220**	**10.256**
Gastos Financieros Netos	-864	-1.349	-1.541	-1.413	-865	-1.539	-1.152
Utilidad del Ejercicio	**2.945**	**318**	**-951**	**2.508**	**5.301**	**10.490**	**7.658**
Depreciación y Amort Int.	4.336	4.600	5.183	5.686	5.270	6.881	-6.472
EBITDA(*)	**9.854**	**6.666**	**6.919**	**12.148**	**15.574**	**19.100**	**16.727**
Tipo de Cambio Promedio Nominal (CLP/USD)	609,5	559,8	530,3	522,5	522,5	559,6	510,2
Precio por Acción (al cierre)	6,5	5,1	4,6	4,5	3,7	3,8	4,3
N° Acciones (millones)	21.636	21.682	21.682	23.982	39.970	40.652	40.652
Utilidad por Acción ($)	0,14	0,01	-0,04	0,1	0,13	0,26	0,19
EBITDA por Acción	0,46	0,31	0,32	0,51	0,39	0,47	0,41
Capitalización Bursátil ($MM)	141.440	110.577	98.869	107.918	147.888	154.879	173.583

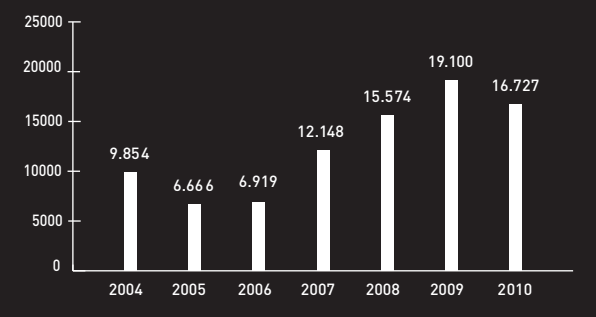
BALANCE GENERAL	**2004 (MM$)**	**2005 (MM$)**	**2006 (MM$)**	**2007 (MM$)**	**2008** (MM$)**	**2009 (MM$)**	**2010 (MM$)**
Activo Circulante/Corriente***	60.966	63.270	59.855	74.662	102.424	102.602	101.605
Activo Fijo + Otros Activos/Activo No Corriente***	67.577	69.383	68.175	73.019	159.539	159.770	156.571
Total Activos	128.543	132.653	128.030	147.681	261.962	262.372	258.176
Pasivo Circulante/Corriente***	44.143	27.014	23.750	24.353	43.304	39.859	36.697
Pasivo de Largo Plazo/No Corriente***	5.168	26.257	25.031	25.213	37.063	38.867	35.204
Patrimonio e Interés Minoritario	79.233	79.381	79.249	98.116	181.595	183.646	186.275
Total Pasivos y Patrimonio	128.543	132.653	128.030	147.681	261.962	262.372	258.176
Deuda Financiera	31.322	34.777	31.527	27.733	44.586	31.893	25.954
Tipo de Cambio de Cierre Nominal (CLP/USD)	557,4	512,5	532,4	496,9	636,5	507,1	468,0

(*) La depreciación de los años 2004, 2005, 2006, 2007 y 2008 incorpora la depreciación agrícola y de barricas
(**) Incluye 4 Trimestre Viña Tarapacá
(***) Para el año 2010
PCGA Principios Contables Generalmente Aceptado; IFRS Normas Internacionales de Informaciòn Financiera

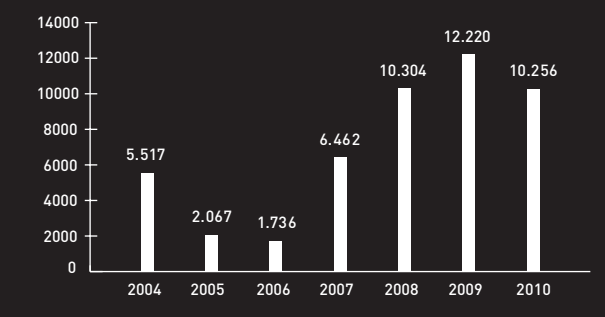
INGRESO DE EXPLOTACIÓN



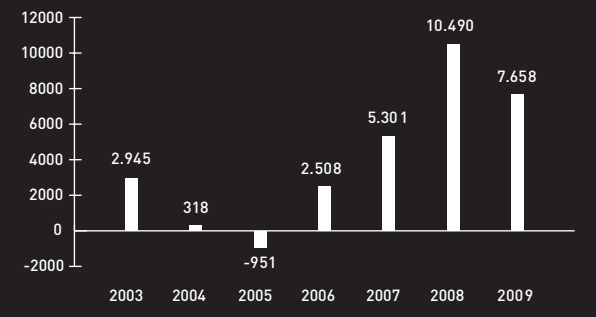
EBITDA (MM$)



RESULTADO OPERACIONAL (MM$)



UTILIDAD NETA (MM$)



ÍNDICE

02	Carta del Presidente
06	Directorio
07	Administración y Personal
08	Estructura y Funcionamiento
09	Historia
10	Objetivos Estratégicos
14	Viña San Pedro
15	Viña Tarapacá
16	Viña Santa Helena
17	Viña Misiones de Rengo
18	Viña Altaïr
19	Viña Mar y Casa Rivas
20	Viñas Argentinas
	(Finca La Celia, Finca Eugenio Bustos y Bodega Tamarí)
21	Viña Valles de Chile
	(Viña Tabalí y Viña Leyda)
22	Actividades y Negocios de la Entidad
29	Actividades Financieras
30	Comité de Directores
32	Propiedad y Control de la Entidad
34	Estructura Societaria y Remuneraciones
36	Hechos Relevantes, Esenciales y Otros Antecedentes
38	Informe sobre Filiales
43	Informe sobre Coligada
44	Informe de Sustentabilidad
53	Estados Financieros (CD adjunto)
55	Declaración Jurada de Responsabilidad

CARTA DEL PRESIDENTE

En nombre del Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. (VSPT) tengo el agrado de presentar a Ustedes la memoria anual y los estados financieros correspondientes al ejercicio 2010.

Fue un año sin lugar a dudas muy especial, marcado por el día en que la naturaleza nos puso a prueba. El terremoto acontecido el 27 de febrero -considerado dentro de los 10 peores del mundo desde que existen registros-, demandó al máximo nuestro compromiso, esfuerzo y solidaridad. Posteriormente, y asimismo afortunadamente, otros eventos, tales como el rescate de los 33 mineros y la celebración de nuestro Bicentenario, nos demostraron una vez más que Chile es fuerte y que somos capaces de sobreponernos y seguir avanzando.

Gracias al esfuerzo de todos aquellos que trabajan y colaboran en este grupo de viñas pudimos, a pocos días del terremoto, retomar paulatinamente nuestras operaciones. Fuimos los primeros en reanudar los embarques al mundo, confirmando la solidez y el profesionalismo de nuestros equipos. Nuestro compromiso quedó también expresado en las campañas solidarias, voluntariados de ayuda y reconstrucción que organizamos exitosamente, incluso con la contribución de donaciones de clientes internacionales, lo que nos emocionó por sus muestras de apoyo hacia nosotros y nuestro futuro. Fuimos capaces además de reconstruir las casas de todos nuestros colaboradores que sufrieron daños o pérdidas de sus viviendas.

Dentro de lo desafiante que resultó este período, el Grupo San Pedro Tarapacá consiguió superar las dificultades y alcanzar buenos resultados, cumpliendo los objetivos comerciales esperados con un desempeño en ventas superior al de la industria, el cual incluyó alzas de precios, tanto en exportaciones como en el mercado nacional. En exportaciones, VSPT logró un 11,2% de crecimiento en volumen. En Chile, los resultados también fueron positivos, aumentando nuestra participación de mercado en dos puntos en un contexto en el que el volumen total de la industria no varió.

Sin embargo, no estuvimos ajenos a dos factores externos que impactaron nuestros resultados: por un lado, la apreciación del peso chileno con respecto al dólar (8% inferior al año anterior) y al euro (13% menor), y por otro, a los aumentos en los costos de materia prima, debido al stock perdido en el terremoto y una cosecha 15% inferior a un año promedio. Probablemente, estos elementos continuarán presentes a lo largo del año 2011, que se prevé desafiante. Es por esto que el ser cada día más eficientes en la producción de vinos de máxima calidad en todos los segmentos en los cuales participamos, sigue siendo un pilar fundamental de nuestra estrategia.

Los ingresos por ventas alcanzaron los MM$ 132.293 millones, cifra 6% mayor que el año anterior. El EBITDA fue de MM$ 16.727 millones, un 12,4% menor al año 2009, y la utilidad del ejercicio alcanzó los MM$ 7.658 millones, un 27% menor respecto del año previo.

Un indicador relevante de nuestros progresos es que las sinergias contempladas para los tres primeros años en el plan de fusión del Grupo VSPT fueron cumplidas al segundo año, logrando avances en los cuatro ámbitos de interés declarados originalmente, los cuales fueron, mejorar la distribución de los productos del grupo en el mercado doméstico, la utilización efectiva de las redes de distribución en el extranjero, aprovechando las

fortalezas relativas, la optimización de la cadena de abastecimiento y la reducción de costos.

Se trata de un proceso que sigue en curso, ya que, por una parte tenemos acciones e iniciativas lanzadas, que están en pleno progreso y aún no han rendido sus frutos, por lo tanto son esperables más réditos. Por otra, hemos identificado nuevas áreas de mejoras, oportunidades de mayores eficiencias y nuevos negocios que emprender. Por esto, hay mucho que hacer todavía.

Hubo avances significativos en nuestro plan estratégico 2008-2010, concluido el cual, hemos elaborado nuestro nuevo plan estratégico 2011-2013. La planificación correspondiente al próximo trienio se sustenta sobre los siguientes pilares: rentabilidad, crecimiento, construcción y fortalecimiento de nuestras marcas y gestión de una operación sustentable.

Este año hubo destacables progresos en importantes mercados internacionales. Desde el punto de vista de Estados Unidos, Viña San Pedro siguió avanzando. En un mercado altamente competitivo y donde no se vio un despegue económico claro todavía, esta viña logró superar el complejo escenario y continuar creciendo, en especial con su reconocido vino Gato, que alcanzó un aumento de 8% en volumen, todo un logro considerando una importante alza de precios realizada. Además, nos llena de orgullo que esta marca haya recibido por segundo año consecutivo el premio Hot Brand Award otorgado por la prestigiosa publicación de la industria, Impact Magazine, a las marcas más dinámicas en el mercado estadounidense.

Por su parte, Misiones de Rengo tuvo un muy buen año en términos generales, con avances importantes en cuanto a su distribución, especialmente en América Latina, donde agregó cinco nuevos importadores a su red, además de la apertura de Canadá, que continúa siendo el tercer mercado más relevante para el vino chileno.

En tanto, respondiendo a la fuerte demanda por vinos orgánicos en Escandinavia, el Grupo VSPT tuvo gran

aceptación, ganando cuatro nuevas licitaciones en esta categoría.

Seguimos muy orientados a continuar creciendo, no sólo en mercados maduros, sino también en los más emergentes, como por ejemplo, en China, donde nuestras exportaciones aumentaron sobre 90%, con muy buenos precios promedio, una sólida red de distribución y muy buenas perspectivas. Continuando en Asia, en Japón –uno de los diez mercados más importantes para Chile–, San Pedro sumó un nuevo importador a su red, acuerdo que fortalece nuestra posición como grupo en ese país y nos permite proyectar auspiciosos planes.

En el plano nacional, en un escenario altamente competitivo y estacionario, éste fue un muy buen año. Crecimos con todas nuestras marcas estratégicas y Misiones de Rengo alcanzó 9,2 puntos históricos de participación de mercado. Viñamar, con énfasis en su Denominación de Origen del Valle de Casablanca, inició con fuerza y una imagen innovadora su irrupción en el mercado local de espumantes Premium, logrando un 29% de expansión en ventas, en vistas a alcanzar un lugar destacado en esta categoría.

En el plano enológico, hubo dos importantes lanzamientos en la categoría Ultra Premium. Por el lado de Tarapacá, nace su nuevo Icono, Tara·Pakay, que en lengua quechua significa "árbol escondido".

Por el lado de San Pedro, se lanza Kankana del Elqui, Solar N°10, un Syrah que refuerza la posición de esta viña en el extremo norte de la vitivinicultura nacional. Este vino, junto al ampliamente galardonado Castillo de Molina Sauvignon Blanc proveniente de este mismo valle han permitido consolidar a San Pedro como uno de los productores más relevantes en este innovador origen.

Éste fue nuevamente un año de numerosos reconocimientos, durante el cual obtuvimos 28 calificaciones mayores o iguales a 90 puntos en los medios internacionales más prestigiosos, como Wine Spectator, Wine Enthusiast y Decanter. Entre ellos destaca que Tara·Pakay fue calificado inmediatamente tras su lanzamiento, con 93 puntos por la revista estadounidense The Wine Advocate. Por su parte, Kankana del Elqui, logró puntajes de 90 y mayores en estos mismos medios especializados. Además, 1865 Single Vineyard Syrah 2007 de Viña San Pedro fue escogido el Mejor Vino (Best in Show) del 7° Annual Wines of Chile Awards, la competencia más relevante del país, organizada por Wines of Chile con un prestigioso

Viñedos que dan origen al vino Kankana del Elqui.

jurado internacional. Y en Argentina, donde nuestras filiales registraron un buen desempeño en el mercado doméstico, con un crecimiento de 34% en ventas (valor), Tamarí Ar Malbec 2007, destacó por sus 92 puntos de Robert Parker, liderando el puntaje de los vinos bajo veinte dólares en ese país.

Otra categoría de premios muy relevante de mencionar son los llamados *Best Buys*, otorgados por los medios especializados internacionales a aquellos vinos que destacan por su excelente relación precio/calidad. Los vinos del grupo obtuvieron cuatro reconocimientos de este tipo a lo largo del año.

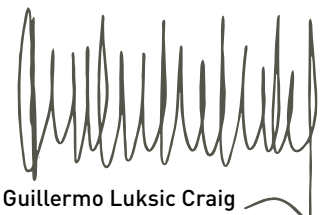
En Chile, las principales revistas y guías de vinos nacionales nos otorgaron más de 40 puntajes (90 y más), siendo escogido Altaïr 2006, como el Mejor Vino Tinto de Chile por la Guía Descorchados, con 96 puntos, y la cosecha siguiente, el ganador de la categoría Icono, con 95 puntos, en la guía Mujer y Vino de la periodista de vinos Ana María Barahona.

Todos estos resultados confirman la excelente calidad y buen posicionamiento de nuestros vinos en Chile y el mundo, que mejoran día a día.

Este año Bicentenario generamos también grandes avances en el plano de la sustentabilidad y preocupación por nuestro entorno. Lanzamos un nuevo concepto denominado 360°Sustentable –*Eco Friendly Winemaking*, que enmarca todas las iniciativas emprendidas por las viñas del grupo en cuanto a medio ambiente, producción sustentable y responsabilidad social. Este concepto otorga un lineamiento general claro, para que cada bodega despliegue acciones según su vocación más particular.

Muy destacables además, son otros importantes reconocimientos recibidos, tales como, en el caso de Viña San Pedro, ser la única chilena nominada, por segundo año consecutivo, a Viña del Nuevo Mundo por la revista Wine Enthusiast en Estados Unidos. Adicionalmente, San Pedro fue destacada como la viña con Mejor Reputación en Chile por el estudio Pulse del Reputation Institute en conjunto con la Universidad Católica (ocupó el lugar N°12 entre 146 empresas presentes en Chile, de todos los rubros). Por su parte, el diario Estrategia eligió al Grupo VSPT como Exportador del Año en sus premios anuales. Sin duda, noticias que nos llenan de orgullo y optimismo.

Junto con agradecer el constante trabajo de nuestros colaboradores, clientes y proveedores, deseo invitarlos a que sigan dando lo mejor de sí, como lo demostraron a lo largo de este complejo año 2010, para continuar la marcha en pos de posicionarnos como uno de los productores de vino líderes en la industria; y seguir demostrando la noble madera de la que estamos hechos los chilenos. Muchas gracias,



Guillermo Luksic Craig
Presidente del Directorio

DIRECTORIO

PRESIDENTE

Guillermo Luksic Craig
Rut: 6.578.597-8
Director de Empresas

VICEPRESIDENTE EJECUTIVO

René Araneda Largo
Rut: 5.849.993-5
Ingeniero Comercial

DIRECTORES

Domingo Cruzat Amunátegui
Rut: 6.989.304-K
Ingeniero Civil

Felipe Joannon Vergara
Rut: 6.558.360-7
Ingeniero Comercial

Patricio Jottar Nasrallah
Rut: 7.005.063-3
Ingeniero Comercial

Giorgio Maschietto Montuschi
Rut: 4.344.082-9
Ingeniero

Philippe Pasquet
Rut: 48.090.105-3
Factor de Comercio

Gustavo Romero Zapata
Rut: 5.546.329-8
Economista

José Luis Vender Bresciani
Rut: 5.024.651-5
Ingeniero Comercial

PERSONAL

La dotación permanente al 31 de Diciembre de 2010 alcanzó a 1.167 empleados, detallados en la siguiente tabla:

DOTACIÓN PERMANENTE	VIÑA SAN PEDRO Y VIÑA TARAPACA*	VIÑA SANTA HELENA	VIÑA MISIONES DE RENGO	VIÑA ALTAÏR	VIÑA MAR	VITIVINÍCOLA DEL MAIPO	VIÑA VALLES DE CHILE	FINCA LA CELIA Y BODEGA TAMARÍ*	TOTAL
Gerentes	18	1	1	0	0	0	2	2	24
Ejecut./Profes.	263	12	7	14	13	12	28	15	364
Emp. Y Oper.	557	11	23	5	28	37	56	62	779
TOTAL	**838**	**24**	**31**	**19**	**41**	**49**	**86**	**79**	**1167**

* A partir del año 2009, se considera una sola planilla para ambas viñas.

Fuente: VSPT

ADMINISTRACIÓN

ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO

Viña San Pedro Tarapacá S.A. (en adelante también VSPT, Grupo VSPT, Grupo San Pedro Tarapacá o la compañía) fue fundada en 1865. En la actualidad, la compañía es el resultado de la fusión de los grupos de viñas San Pedro y Tarapacá ocurrida en diciembre del año 2008. Hoy, VSPT es una de las mayores empresas exportadoras de vino chileno y una de las viñas más grandes y de más larga trayectoria en el mercado nacional.

VSPT 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.

Debido a la diversidad de sus operaciones, el 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 / Viña Casa Rivas / Finca La Celia / Bodega Tamarí / Viña Valles de Chile.

Cada una de estas unidades se encuentra 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, Comunicaciones y Recursos Humanos, entre otras, se encuentran centralizadas, promoviendo dichas actividades de manera corporativa.

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

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. Por otra parte, y de acuerdo a lo establecido por la Ley de Sociedades Anónimas, existe un Comité de Directores formado por tres miembros, uno de ellos independiente del accionista controlador, los que se encargan de velar por ejercer las facultades y cumplir con los deberes establecidos en la Ley N° 18.046 sobre sociedades anónimas y la revisión de la totalidad de las transacciones con entidades relacionadas.

Viñedos de Altaïr en otoño, Alto Cachapoal.

HISTORIA

1865 Viña San Pedro es fundada por los hermanos Bonifacio y José Gregorio Correa Albano.

1940 Comienzan las primeras exportaciones de vino a Estados Unidos, Canadá, Alemania y Japón.

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.

1994 Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), ingresó a la propiedad de Viña San Pedro, comprando un 48% de las acciones.

1997 Implementación del proyecto Siglo XXI, que aumentó la capacidad productiva, enológica y comercial de Viña San Pedro.

2001 Nace Viña Altaïr S.A., en el Alto Cachapoal, concebida para la producción de vinos de alta categoría, Icono y Ultra Premiun.

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.

2004 Adquisición de la marca "Manquehuito Pop Wine", para ser potenciada en el mercado doméstico.

2005 Viña San Pedro S.A. colocó exitosamente su primera emisión de bonos por UF 1,5 millones.

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*.

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. Consolidación de la reestructuración realizada en Operaciones y *Marketing*.

2008 Fusión de Viña San Pedro con Viña Tarapacá constituye un nuevo grupo vitivinícola, VSPT, líder del mercado nacional en el segmento de Vinos Finos Reserva y el segundo mayor exportador del país.

2009 Exitosa consolidación de 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.

2010 Año del Bicentenario de Chile. En un complejo escenario generado por el terremoto del 27 de febrero, el Grupo VSPT consiguió acelerar su crecimiento, a la vez que fortalecer sus viñas y marcas clave.

OBJETIVOS ESTRÁTEGICOS

Plan Estratégico 2011-2013

En diciembre de 2010, fue aprobado por el Directorio el nuevo Plan Estratégico para el trienio 2011-2013. Este plan, que involucró activamente al Directorio y a los principales ejecutivos de la Sociedad, está basado en los Pilares Estratégicos del Plan 2008-2010.

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

VSPT estableció un plan estratégico con siete objetivos fundamentales para el período 2011-2013:

1.- Mejorar la rentabilidad.
2.- Crecer y mejorar los precios promedio del portafolio en exportaciones.
3.- Crecer rentablemente en el mercado nacional, con especial énfasis en nuestros vinos embotellados.
4.- Mejorar la operación en Argentina, creciendo en precio promedio y volúmenes.
5.- Fortalecer y desarrollar nuestras marcas core.
6.- Optimizar plataforma de activos, aprovechando nuestras fortalezas.
7.- Asegurar, promover y gestionar una operación vitivinícola sustentable, en 360°.

La definición y cuantificación de las metas asociadas al Plan Estratégico 2011-2013 se presentan en el cuadro anexo 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.

Pilares Estratégicos	Indicadores de Gestión Consolidados
Rentabilidad (50%)	**1.** ROCE – Resultado Operacional **2.** Precio Promedio Exportaciones **3.** Resultado Operacional de Mercado Nacional **4.** Gastos de Fabricación, Distribución y Administración **5.** Utilidad Neta
Crecimiento (30%)	**6.** Volumen Exportaciones **7.** Volumen VSPT Mercado Nacional **8.** Segmento de Alto Margen Total VSPT
Sustentabilidad (20%)	**9.** Construcción de Marcas **10.** Servicio al Cliente **11.** Índice de Medio Ambiente **12.** Clima Interno

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

EL GRUPO SAN PEDRO TARAPACÁ ESTABLECIÓ UN PLAN ESTRATÉGICO CON SIETE OBJETIVOS FUNDAMENTALES PARA EL PERÍODO 2011-2013, ENTRE LOS QUE DESTACAN, EL FORTALECIMIENTO DE SUS MARCAS, CRECER EN CHILE Y EL MUNDO, Y PROMOVER UNA VITIVINICULTURA SUSTENTABLE.

ORGULLOSOS DE NUESTROS VINOS.

VSPT: EXPORTADOR DEL AÑO.

Viernes 10 de diciembre de 2010

ATEGIA

GIA 2010

Atrás: René Aranda, vicepresidente ejecutivo de Viña San Pedro Tarapacá; René Muga, vicepresidente de Asuntos Corporativos de LAN; Raúl Torrealba, alcalde de Vitacura; Laurence Golborne, ministro de Minería; Carlos Heller Solari, vicepresidente de Bethia; Esteban Segura, gerente general de Previred; Patrick Lyon, gerente comercial de Lechería Loncomilla, y Javier Gallardo Mödinger, presidente del Directorio de Cervas Llanquihue.

Adelante: Miguel Reyes, presidente nacional de Bomberos de Chile; André Sougarret, gerente de Minas de la división El Teniente de Codelco; Cristian Valck, gerente de Ventas de Chilevisión; Liliana Solari, presidenta de Bethia; Jaime Castañeda, gerente general de Indura; Andrés Concha, presidente de la Sofofa; Ricardo Rodríguez, presidente de Previred; Francisco Salinas, gerente de Planificación y Gestión del Grupo Security, y Francisco Osvá, gerente general de Banco Consorcio.

Castañeda Hoevey, gerente general de Indura, recibe el ento al Mejor Ejecutivo de manos de la editora coordina- TRATEGIA, Mónica Haberland.

Los Ángeles, para dedicarse –entre otros negocios– a su gran pasión: la crianza de caballos de carrera. Así comenzó su pareja carrera en el mundo de los negocios, con el apoyo de sus dos hijos: Carlos Alberto y Andrea. Luego, la familia Heller Solari inscribió el campo como Sociedad Agrícola Araseli, nombre creado a partir de la fusión de las primeras sílabas de sus nombres.

En su diversificada carrera de negocios cuentan también con un área vitivinícola, a través de Viña Indómita; inmobiliaria, con foco en Torre Titanium y que comparte la propiedad con el uruguayo Soneman; además del fondo de inversiones que

VIÑA SAN PEDRO

Avanzando su consolidación Ultra Premium en el Valle del Elqui, la viña lanzó los vinos Kankana, Solar N°10 y 1865 Limited Edition, ambos creados a partir de uvas Syrah plantadas en este exclusivo origen nortino. Prestigiosos expertos internacionales, como Peter Richards en la revista inglesa *Decanter* y James Molesworth, de la estadounidense *Wine Spectator,* destacaron a San Pedro como pionero del Elqui y por la calidad de sus vinos originarios de ese *terroir*.

La marca 1865 Single Vineyard / Limited Edition podría considerarse la más premiada del año, incluidas cinco estrellas *Decanter*, ser elegido el Mejor Cabernet Sauvignon de Chile del Alto Maipo por la revista chilena Epicuro y por el *Best in Show* obtenido en el *Annual Wines of Chile Awards* 2010, la competencia de vinos más relevante del país, organizada por *Wines of Chile*.

Con su Icono, Cabo de Hornos, San Pedro tuvo el orgullo de ser el vino de honor y regalo especial para las visitas notables del 55° Crucero de Instrucción del Buque Escuela Esmeralda, que este año coincidió con la Regata Bicentenario, evento náutico internacional que logró amplia cobertura mediática.

En tanto, Gato, la marca de vino más antigua y conocida de San Pedro también estuvo de fiesta, pues cumplió 50 años de vida, lo que fue conmemorado con su campaña "Gato, típico chileno", ediciones especiales y promociones. Esta campaña también fue premiada, obteniendo Bronce en el Festival de Publicidad ACHAP 2010, en la categoría Bebidas Alcohólicas – TV. Además, se realizó una nueva y exitosa edición de la tradicional Copa Gato en Chile y al final del período, Gato obtuvo por segundo año consecutivo el *Hot Brand Award*, otorgado anualmente por la revista de la industria estadounidense, *Impact Magazine*, a las marcas más dinámicas en ese mercado.

Por su parte, Castillo de Molina terminó el año como top 4 en participación de mercado local en el segmento de vinos Reserva. Sus ventas aumentaron 21% respecto del año anterior y su innovadora campaña publicitaria con aplicación de códigos QR, que al ser fotografiados con *Smartphones* conectaban a una *web* con recetas y maridajes perfectos para cada cepa, logró dos premios IAB, en las categorías Mejor Campaña *On-line* y Mejor Campaña en Teléfonos Móviles.

Además de todo esto, San Pedro estuvo nominada a Viña del Nuevo Mundo del Año para los premios *Wine Star Awards* de la revista *Wine Enthusiast*, siendo por segundo año seguido la única viña chilena en la lista de candidatos.

Y en Chile, el alto nivel de aceptación de los consumidores fue respaldado por el estudio *Pulse* 2010, del *Reputation Institute* y la Pontificia Universidad Católica de Chile, que situó a San Pedro en la posición Nº12 a nivel general y como la viña con mejor reputación del país.

VIÑA TARAPACÁ DESDE 1874

VIÑA TARAPACÁ

Con énfasis en una contemporánea elegancia, Viña Tarapacá buscó enfatizar su trayectoria de más de 100 años en las mesas chilenas y del mundo, impulsando a Gran Reserva como una línea emblemática, de vinos complejos, elegantes y balanceados.

Este año, la marca se vistió con una nueva imagen que interpretó la calidad y consistencia de cada botella, lanzó el *slogan* "Gran Reserva Tarapacá, una Gran Historia", incorporando la búsqueda de los mejores *terroir* para cada cepa, bajo el liderazgo del Enólogo Ed Flaherty. Incluso, fue el vino con el cual las máximas autoridades del país hicieron el brindis de honor en la Revista Naval que celebró el Bicentenario de Chile, sobre la cubierta del Buque Escuela Esmeralda.

Otro hito muy relevante del año fue el lanzamiento en Chile y el mundo del nuevo Icono de la viña, Tara·Pakay, cuyo nombre en lengua quechua significa "árbol escondido" y su primera cosecha 2007 es un *Blend* de 67% Cabernet Sauvignon y 33% Syrah, ambas, variedades provenientes de los mejores cuarteles de sus viñedos en el Valle del Maipo. Su nacimiento fue una gran sorpresa, llamando la atención de todos los medios especializados chilenos. Su calidad quedó firmemente confirmada, al obtener, de inmediato, sobre 90 puntos en las guías nacionales Descorchados, Mujer y Vino y la Mesa de Cata de La cav. En el extranjero, esto se replicó, con 93 puntos en *The Wine Advocate*, la revista de Robert Parker, uno de los críticos más influyentes del mundo, y con 92 puntos en la prestigiosa publicación *Wine Spectator,* que lo calificó como "*Top Chilean Wine*".

Por su parte, la línea Gran Reserva brilló con 90 puntos en *Wine Spectator*, en la revista *International Wine Cellar* y con Medallas de Oro en el *Decanter World Wine Awards* y el *International Wine Challenge*.

Adicionalmente, el vino Tarapacá Varietal Cabernet Sauvignon cosecha 2009 ganó la licitación para los vuelos transcontinentales de *Scandinavian Airlines* (SAS), la aerolínea más grande de Europa del Norte, por lo que pudo deleitar durante un año los paladares de sus 25 millones de pasajeros anuales que viajan a 112 destinos; una disputa en la cual podían participar todas las viñas del mundo.

Otro hecho destacable a nivel más humano, es que la Capilla Nuestra Señora del Rosario de esta viña fue reparada, luego de sufrir serios daños debido al terremoto del 27 de febrero, y reabierta en julio del mismo período. Durante la misa, destacó el coro integrado por los propios trabajadores, que contribuyó con su música a enriquecer la bella ceremonia.

SANTA HELENA
La magia del vino chileno

VIÑA SANTA HELENA

El proceso denominado "Santa Helena 2.0" culminó exitosamente durante este año 2010, gracias a la concreción de hitos relevantes, tales como el cambio de imagen, el uso del nuevo *slogan* "La Magia del Vino Chileno" y un reordenamiento de las marcas en los distintos mercados. En su conjunto, todo esto permitió un buen año comercial, altos puntajes internacionales y reubicar a Santa Helena en el puesto Nº 10 del *ranking* de las exportaciones chilenas.

Así, pese a comenzar con el terremoto a las puertas de la vendimia, el año culminó con grandes logros. Esta viña colchagüina alcanzó un aumento de 26% en ventas de sus marcas clave respecto del año pasado, con Vernus —una de sus marcas Premium— creciendo cerca de un 40%. Esto contempló sobre un 20% de incremento en ventas en sus 10 principales mercados, dentro de los cuales destacan Brasil, Japón y Paraguay.

En el mercado interno, durante 2010 los vinos de Santa Helena ingresaron a importantes supermercados y restaurantes de Santiago, alcanzando más de 70 puntos de ventas, lo que significó un crecimiento superior al 200%.

Sus nuevos proyectos, Parras Viejas y Alta Helena, ambos en el segmento Premium, experimentaron un buen comienzo, con aproximadamente el 50% del volumen total vendido en este período y excelente aceptación por parte de la prensa especializada y los consumidores.

En el ámbito de los reconocimientos, fue un gran orgullo para la viña, haber sido elegida con Parras Viejas como el mejor Cabernet Sauvignon de Chile por la revista La Cav, como uno de los Top 10 Carmenére de Chile con Notas de Guarda 2009 en la guía Descorchados, haber obtenido Medalla de Oro en el 7°AWOCA con Vernus Malbec, dos Medallas de Oro en el prestigioso Concurso Mundial de Bruselas con Vernus Cabernet Sauvignon y Selección de Directorio Carmenére; también, 90 puntos con Vernus Cabernet Sauvignon en *The Wine Advocat*e, un *Best Value* en la revista *Wine Enthusiast* con Selección del Directorio Cabernet Sauvignon y ser distinguida por tercer año consecutivo como la marca "*Top of Mind*" en vinos blancos y tintos en Brasil.

VIÑA MISIONES DE RENGO

En su búsqueda de los mejores valles para cada cepa, Misiones de Rengo exploró durante el año 2010 los valles costeros más fríos, lo que quedó plasmado en las nuevas cosechas de Chardonnay en sus líneas Reserva y Gran Reserva Cuvèe, que adquirieron la Denominación de Origen de los valles de Casablanca y Leyda, respectivamente. Al mismo tiempo, los esfuerzos estuvieron orientados hacia dos frentes: abrir nuevos puntos de ventas en el mercado nacional y ampliar su red de distribución a nivel mundial.

La viña ocupó el primer lugar en participación de mercado en el segmento de botellas finas en Chile, con ventas de un 24% por sobre el año anterior y permaneciendo entre los líderes en los dos segmentos más fuertes donde participa: Varietales y Reserva. Adicionalmente, obtuvo una participación de mercado histórica de acuerdo con la información entregada por Nielsen.

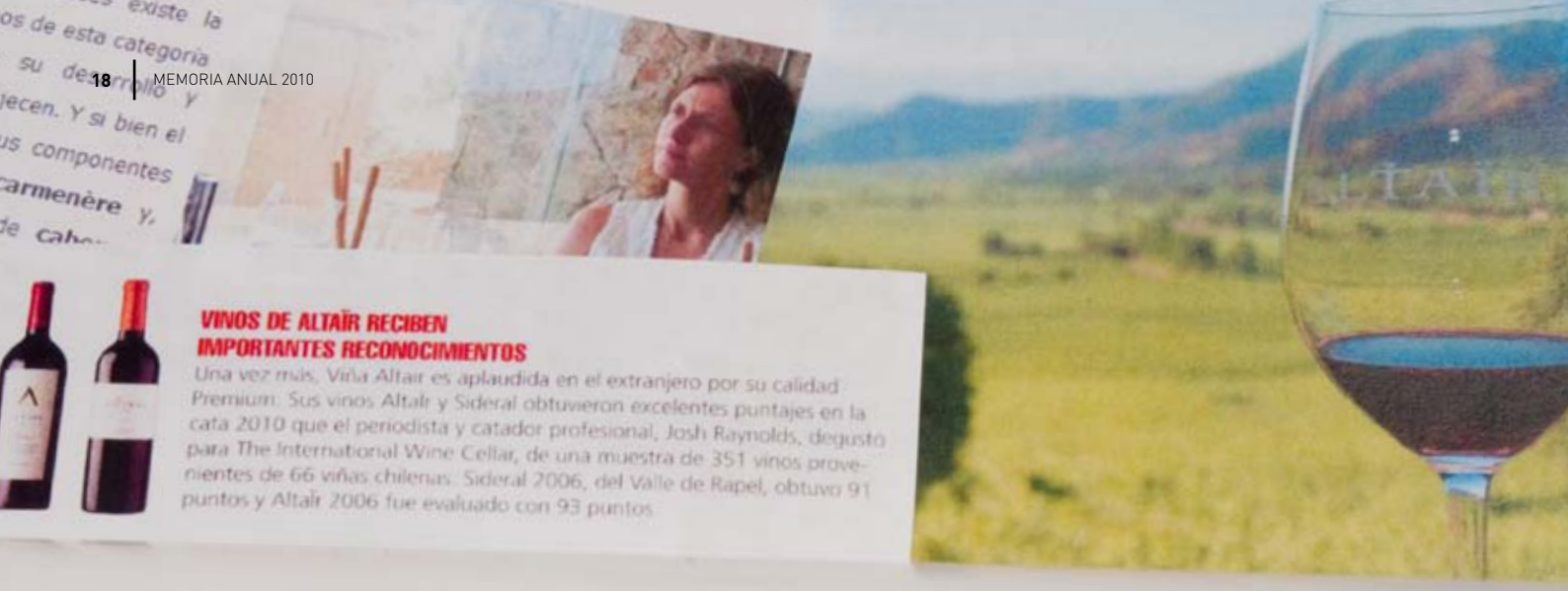
Misiones de Rengo continuó con su campaña "Cúal es Tu Misión Hoy?", que este año convocó a fotógrafos nacionales connotados, e invitó a los consumidores también, a expresar sus misiones a través de fotos, que debían subir a una *web*. Miles de participantes relataron sus vivencias e inquietudes personales, conectándose vía *Facebook* y/o *Twitter*. La exposición que se realizó para finalizar el concurso, tuvo un gran éxito de convocatoria y cobertura mediática.

Para incrementar su capacidad de recibir visitas, la viña construyó una nueva sala de degustación climatizada, inmersa en su parque y rodeada de la cava de vinos y la sala de barricas, que también fue remodelada. Además, a partir de noviembre de 2010 los pasajeros de la clase turista de LAN, la mayor aerolínea chilena, pueden disfrutar de los vinos Misiones de Rengo en los vuelos internacionales, en sus variedades Cabernet Sauvignon y Sauvignon Blanc.

En el exterior, la viña se asoció con nuevos importadores en México, Colombia, Brasil y Canadá, lo que se reflejó en un crecimiento de 31% en su volumen de ventas respecto de 2009. También, logró mejorar su *mix* de vinos notablemente, considerando que las ventas de Reserva y Gran Reserva Cuvèe crecieron 18% y 153%, respectivamente. Los mercados con mejor desempeño fueron Holanda, Venezuela, República Checa, China, Polonia y México.

Enológicamente, la viña continúa desarrollando su especial compromiso con la cepa Carmenére, teniendo como desafío ser reconocida como uno de los mejores exponentes de esta variedad en cada segmento en el que participa.

Finalmente, todos los estudios de asociación de atributos y calidad sobre esta viña, siguen situando a Misiones de Rengo como una marca de enorme potencial.



ALTAÏR
VINEYARDS & WINERY

VIÑA ALTAÏR

Altaïr avanzó en su consolidación internacional como viña Ultra Premium, alcanzando resultados destacados en mercados tan diversos como son el Reino Unido, Suiza y China. Esta viña *boutique* concentró su labor en reforzar el manejo de sus viñedos, plantados en la zona del Alto Cachapoal, en sintonía con su continua búsqueda de la máxima calidad para sus vinos.

Resalta además, el fortalecimiento de un equipo humano altamente especializado, con destacados profesionales que tienen la tarea de continuar abriendo mercados para lograr entre otros objetivos, llegar a ser el vino Ultra Premium más vendido en Chile.

Velando por conseguir frutos de máxima calidad para sus vinos, Altaïr continúa concentrándose en un manejo integrado de sus viñedos, con pocas hectáreas cultivadas, alta densidad de plantación y un mínimo de intervención sobre el fruto, logrando que cada planta entregue lo mejor de sí.

De esta manera se obtienen sus dos únicos vinos: Altaïr, un vino de excepción, reflejo de su exclusivo *terroir* en el Alto Cachapoal, que privilegia la elegancia por sobre la fuerza. Destacan su tipicidad y largo potencial de guarda, atributos por los cuales está llamado a ser una de las estrellas de la vitivinicultura chilena. Sideral, por su parte, es un vino brillante, amigable de saborear, con buena capacidad de envejecimiento también y una rica complejidad aromática. Cada uno, un exponente único.

La viña continuó afianzándose en 2010 con puntajes y premios sobresalientes en los medios y concursos más prestigiosos de Chile y el mundo. En la edición 2011 de la guía de vinos Descorchados, Altaïr 2006, fue elegido el mejor Vino Tinto de Chile, entre otros mil vinos catados, además de liderar la categoría de Mezclas, con 96 puntos. Sideral 2006 obtuvo 92 puntos y quedó dentro de los rankings de los Mejores del Cachapoal y el de Mejores Mezclas. Además, Altaïr y Sideral, resultaron ganadores en la Guía Mujer y Vino 2011, de Ana María Barahona. Altaïr 2007 ganó en la categoría Icono, con 95 puntos y Sideral 2007 obtuvo el primer lugar en la categoría Premium Tinto, con 91 puntos.

Auspiciosamente, la vendimia 2009-2010 permite esperar la obtención de vinos frescos y concentrados, con taninos redondos y elegantes, tal como lo requieren exponentes de una viña que aspira a que sus vinos representen lo más selecto de la vitivinicultura nacional.

VIÑAMAR Y CASA RIVAS

Un proceso de expansión internacional experimentaron Viñamar y Casa Rivas durante el período 2010, transformándose ambas marcas en productos de exportación especializados para el Grupo San Pedro Tarapacá.

En el caso de Viñamar, el hito más relevante fue la presentación en Chile de la nueva imagen de sus espumantes, apelando a los cinco sentidos con una innovadora y elegante etiqueta que simula burbujas. También, se enfatiza la Denominación de Origen del Valle de Casablanca en todos sus productos, dado que las uvas cultivadas en esa zona dan vida a vinos con propiedades muy singulares, debido a la gran influencia marítima que presenta.

La comercialización de sus vinos blancos y tintos ligeros continuó en crecimiento, llegando a un incremento de 22% en 2010 respecto del año anterior. El principal destino de sus exportaciones siguió siendo Europa Occidental, que concentró el 52% de los envíos al exterior. Adicionalmente, Viñamar presentó importantes crecimientos en las zonas de Asia y Europa del Este, las que deberían seguir en expansión a futuro.

En cuanto a reconocimientos, cabe destacar la Medalla de Oro y nominación para Mejor Pinto Noir obtenidas en el concurso *Annual Wines of Chile Awards*. A ello se sumaron importantes puntajes para sus Sauvignon Blanc Reserva y Reserva Especial, en destacadas revistas especializadas.

Por su parte, Casa Rivas, especialista en la comercialización de cepajes tintos originarios de su *terroir* en María Pinto, también continuó su senda de crecimiento, alcanzando un alza en volúmenes exportados de un 9% respecto del año anterior. Mención especial merece la expansión alcanzada en el mercado chino, donde se incrementaron más del doble los volúmenes de ventas y presentan interesantes perspectivas para el 2011.

Su vino emblemático, Casa Rivas Gran Reserva Carmenére, prosiguió durante el año 2010 cosechando premios a nivel internacional, logrando Medalla de Oro y el premio al Mejor Carmenère en el 7° *Annual Wines of Chile Awards* por su cosecha 2007. De igual forma, la cosecha 2008 fue premiada con el Trofeo Regional como el Mejor Carmenère Chileno bajo 10 Libras, en la competencia inglesa, *Decanter World Wine Awards* 2010.

VIÑAMAR
Casablanca Valley D.O.

CASA RIVAS

VIÑAS ARGENTINAS

FINCA LA CELIA, FINCA EUGENIO BUSTOS Y BODEGA TAMARÍ

El mercado doméstico argentino registró este 2010 su mejor año, con un crecimiento de 34% en ventas, llegando a USD 7,7 millones, y de 14% en volumen, es decir, más de 230 mil cajas de 9litros.

En exportaciones, Finca La Celia logró importantes avances en las marcas *core* en su portafolio de productos, lo cual sumado a una mejora en su *mix*, produjo un importante aumento del precio promedio de la bodega.

Otro gran paso a nivel de exportaciones, fue el muy buen desempeño logrado en mercados tan complejos, dados sus sistemas controlados de venta de alcoholes, como Escandinavia y Canadá. Así, Finca La Celia obtuvo dos importantes licitaciones en el *Systembolaget* de Suecia, con sus marcas La Celia Reserva y La Consulta Reserva, lo que le permitió consolidarse como *Top* 10 entre las bodegas exportadoras a este país. Por su parte, Bodega Tamarí también ganó dos licitaciones en *Alko*, Finlandia, la más importante con su vino Tamarí Reserva Cabernet Sauvignon. Asimismo, Finca Eugenio Bustos ganó otra licitación en Suecia con Altivo Classic Sauvignon Blanc. En tanto, en Canadá, Don Mendoza Cabernet Sauvignon renovó su *listing Vintages* en el segmento de USD 40FOB y se obtuvo una nueva licitación en tal rango, con la cepa Malbec.

Alentada por un constante espíritu de innovación, Finca La Celia creó dos nuevos vinos para sus líneas Ultra Premium, La Celia Heritage y La Celia Elite; un Petit Verdot y un Malbec / Cabernet Franc, respectivamente. En tanto, Finca Eugenio Bustos y Bodega Tamarí también renovaron sus portafolios, lo que les permitió seguir consolidando sus ventas, abrir nuevos importadores en países clave y mejorar sus *mix* de marcas, augurando muy buenos potenciales.

La prensa mundial brindó grandes reconocimientos: Tamarí AR Malbec 2007 fue calificado con 92 puntos por Robert Parker, la mejor nota para vinos argentinos bajo USD 20 *retail*. Parker además, calificó a Altivo Secret Malbec 2007 con 91 puntos. Michael Schachner, de *Wine Enthusiast*, otorgó 90 puntos a Altivo Classic Torrontés 2009. Y, finalmente, tanto Finca La Celia como Finca Eugenio Bustos fueron nominadas para el Trofeo al Mejor Productor Argentino (sólo seis candidatos), en la inglesa *International Wine & Spirit Competition*.

Hubo otras notables distinciones en 2010 que destacar. La noticia más destacable fue el Trofeo Internacional como Mejor Vino Monovarietal sobre 10 Libras en el *Decanter World Wine Awards* para Altivo Secret Malbec 2006, reconocimiento sin antecedentes para una bodega argentina. En esta misma competencia, La Celia Heritage Malbec 2006 y Tamarí Reserva Malbec 2008 obtuvieron Medallas de Oro. El Concurso Mundial de Bruselas también se inclinó por la cepa emblema argentina, premiando con Medallas de Oro a La Celia Heritage Malbec 2006, La Celia Reserva Malbec 2007, Altivo Secret Malbec 2006 y Altivo Barrel Selection Malbec 2007.

VIÑA VALLES DE CHILE

VIÑA TABALÍ Y VIÑA LEYDA

Durante el año 2010, Valles de Chile emprendió nuevos y relevantes proyectos de desarrollo. Viña Leyda inició la plantación agrícola de su nuevo campo El Granito, ubicado a sólo 7kms de distancia del mar y que consta de tres terrazas con las variedades Pinot Noir, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Sauvignon Gris y Riesling. Se plantaron 62has y para 2011, se espera finalizar el proyecto con un total de 74has plantadas. Además, la viña logró en este período su primera vendimia en El Maitén (también en Leyda), donde fueron cosechadas principalmente las variedades Pinot Noir, Sauvignon Blanc y Syrah.

Por su parte, Viña Tabalí también inició un nuevo proyecto agrícola, al obtener su primera cosecha comercial en los viñedos en Fray Jorge, plantados a orillas del mar, en suelos calcáreos únicos en Chile. En el plano enológico, la viña lanzó en Chile su nueva línea Ultra Premium, Payén, además de otras dos marcas para los mercados internacionales: Maray Carmenère 2007 y Talinay 2009, en las variedades Chardonnay y Pinot Noir.

Con la visita de relevantes importadores de Brasil, Estados Unidos y Polonia, Viña Valles de Chile cerró un exitoso año 2010. Los ingresos por ventas de las viñas que esta coligada comprende, Leyda y Tabalí, se incrementaron en un 16%, en tanto, el volumen creció un 26% respecto del período anterior. A esto se sumó la apertura de nuevos mercados como Hong Kong, Irlanda, China, Taiwán y Vietnam.

Estas viñas fueron epicentros de importantes eventos y visitas en 2010. Viña Tabalí fue anfitriona de la cena inaugural del Concurso Mundial de Sommeliers realizado en el país, cumbre que atrajo a profesionales de la industria y periodistas de todo el mundo. Asimismo, connotados periodistas especializados de Inglaterra recorrieron los viñedos, entre ellos, Tim Atkin, Peter Richards, Jamie Goode, Anthony Rose y otros. Además, Tabalí organizó una visita de periodistas especializados chilenos al viñedo Fray Jorge en el Valle del Limarí, con excelentes resultados en cobertura en prensa.

Leyda y Tabalí lograron numerosos premios. En el país, la Guía de Vinos de Chile premió a Felipe Müller, enólogo jefe de Tabalí, como "Mejor Enólogo del Año", siendo esta bodega además elegida entre las 10 mejores viñas chilenas. La guía Descorchados también asignó altos puntajes, de 90 y 93 puntos, a Tabalí Reserva Especial Chardonnay 2008 y Tabalí Reserva Especial Sauvignon Blanc 2009, respectivamente. En tanto, la guía Mujer y Vino 2010 otorgó cinco premios al Mejor en su Categoría a vinos de Viña Leyda.

En el ámbito internacional, Tabalí logró Medalla de Oro en el *International Wine Challenge*, fue ganador en el concurso *Vino Forum* de la República Checa, obtuvo Medalla de Oro en el *Berlin Wine Trophy* y otra Medalla de Oro en *Mundus Vini*, entre otros. Por su parte, Viña Leyda obtuvo Gran Medalla de Oro en el Concurso Mundial de Bruselas, un reconocimiento al mejor vino en Finlandia, su Lot 5 Chardonnay 2008 alcanzó la máxima puntuación de cinco estrellas en *Decanter Magazine*. También ganó 3 Medallas de Oro en Berlín, una presea de oro en el *Korea Wine Challenge* y el premio *Best Value* en el inglés IWC, por nombrar algunos.

ACTIVIDADES Y NEGOCIOS DE LA ENTIDAD

Descripción de la Industria Vitivinícola Mundial

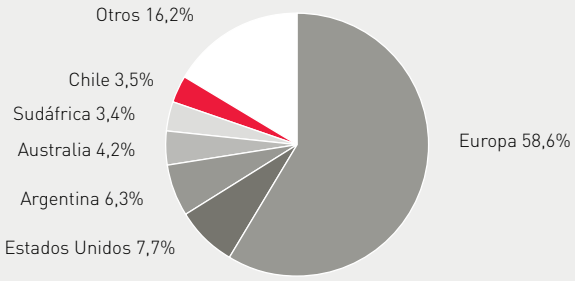
Un importante desarrollo en las últimas décadas ha experimentado la industria vitivinícola mundial. Gracias a la consolidación de países como Argentina, Australia, Chile y Estados Unidos, por mencionar algunos productores del denominado Nuevo Mundo, la competitividad del rubro ha logrado experimentar un mayor desarrollo tecnológico y de negocios.

De acuerdo con las zonas geográficas, las tendencias de producción muestran un aumento consistente en la producción de vinos en el Nuevo Mundo durante los últimos años. Sin embargo, al analizar conjuntamente países europeos tales como Francia, España e Italia, éstos siguen siendo los principales productores mundiales de vino, representando más del 50% en el año 2010. Según los datos de la Organización Internacional del Vino (OIV), la producción mundial de vino estimada para el año 2010 se situó en torno a 260 millones de hectolitros. Por su parte, el consumo mundial de vino para el mismo período llegó a los 239,8 millones, siendo Francia el principal consumidor. En relación a las regiones de mayor consumo, Europa sigue siendo el principal consumidor de vino, seguido por América.

En los últimos años, los países del Nuevo Mundo se han caracterizado por liderar la comercialización de vinos a través de la calidad, innovación y diferenciación de sus productos en todos los segmentos de precios. La atracción de nuevos consumidores alrededor del mundo se ha logrado mediante la creación de valor de marca para sus diferentes productos.

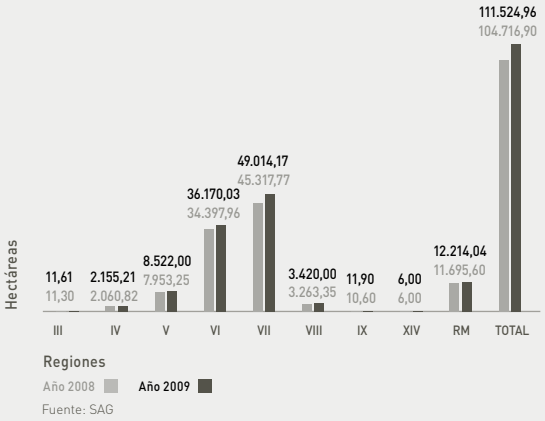
LAS PRINCIPALES VARIEDADES DESTINADAS A LA VINIFICACIÓN EN CHILE SON CABERNET SAUVIGNON Y SAUVIGNON BLANC, CON 40 Y 13 MIL HECTÁREAS RESPECTIVAMENTE. RESPECTO DE LA SUPERFICIE TOTAL DEL PAÍS DESTINADA A ESTE RUBRO, EL 72,6% CORRESPONDE A CEPAS TINTAS Y EL 27,4% A BLANCAS.

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VINO



Fuente: OIV "International Organisation of Vine and Wine"

SUPERFICIE TOTAL PLANTADA, CHILE



Fuente: SAG

Descripción de la Industria Vitivinícola Chilena

En el contexto de una mirada global de la industria del vino, Chile es un pequeño participante, con sólo un 3,5% de la producción mundial, en volumen. La consolidación de su presencia en el mercado internacional se debe a sus vinos de alta calidad y precios competitivos, llegando de esta forma a ser reconocido como uno de los grandes exponentes del Nuevo Mundo.

Una gran mayoría de las viñas exportadoras nacionales participa en *Wines of Chile*, organización que tiene como misión promocionar la imagen país a través de sus oficinas en Chile, Inglaterra y, últimamente, en EE.UU., gestionando una estrategia comunicacional a través de concursos, eventos y participación en ferias internacionales. Uno de sus principales objetivos es fortalecer la categoría de vinos chilenos en los siguientes mercados: Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Alemania, Japón y los países nórdicos.

Superficie y Producción

Las principales variedades destinadas a la vinificación en Chile son Cabernet Sauvignon y Sauvignon Blanc, con 40 y 13 mil hectáreas respectivamente. Respecto de la superficie total del país destinada a este rubro, el 72,6% corresponde a cepas tintas y el 27,4% a blancas, según el último Catastro Vitícola Nacional realizado el año 2009 por el Servicio Agrícola y Ganadero, (SAG).

La producción mundial de vinos 2010, la composición de las vides de vinificación en Chile y la evolución de la producción de vinos en el país se aprecian en los cuadros adjuntos.

Descripción del Mercado de Exportaciones Chileno

En el año 2010, los volúmenes de ventas al exterior experimentaron un incremento de 5,7% respecto del año anterior, alcanzando 733 millones de litros, considerando a los graneles. Las exportaciones chilenas vienen presentando en los últimos ocho años una clara tendencia de crecimiento, alcanzando un valor promedio anual de expansión de 10%. En términos de valor, las exportaciones se mantuvieron en niveles levemente superiores al año anterior, alcanzando los US$1.552 millones.

Descripción del Mercado Doméstico Chileno

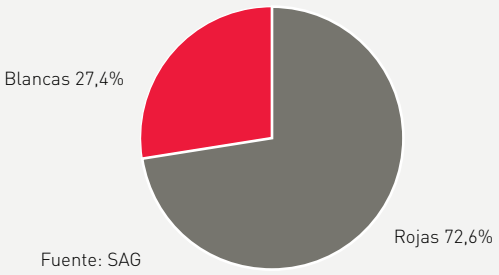
Un consumo de vino masivo y de bajo precio es la principal característica del mercado doméstico. En Chile, el consumo se estima en torno a los 13,4 litros per cápita anual. Respecto de los formatos, el 57,6% del consumo corresponde a vino en caja, un 38,4% a envases de vidrio y un 4% a envases plásticos.

Descripción de la Industria Vitivinícola Argentina

Argentina es dueña de una larga tradición vitivinícola a nivel mundial, siendo el quinto mayor productor y el noveno en términos de consumo. A partir de mediados de la década del noventa, Argentina aceleró su desarrollo exportador de vinos y espumantes, pasando desde US$24 millones en 1994, a un total de US$699 millones en 2010. Sus principales cinco mercados de destino continúan siendo los Estados Unidos, Canadá, Brasil, el Reino Unido y los Países Bajos. Asimismo, en 2010 es destacable el crecimiento en facturación que reflejaron sus exportaciones hacia Paraguay, México, Suiza, Bélgica, Perú, China y Colombia.

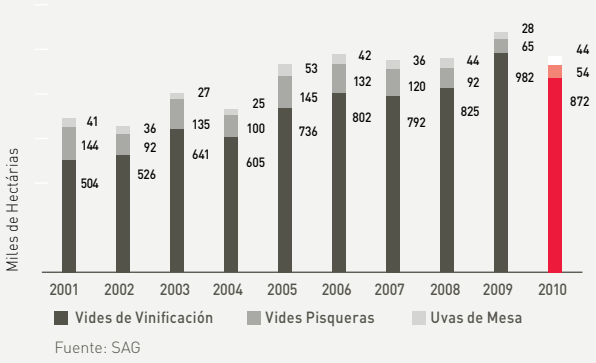
Considerando las últimas dos décadas, la dinámica de las exportaciones argentinas comenzó con un fuerte proceso de inversión externa y despegue tecnológico, la creación de Wines of Argentina y la formación de un Plan Estratégico Vitivinícola a 15 años, que tiene como objetivo principal, lograr que las exportaciones lleguen a los US$2 mil millones, gracias a la implementación de una fuerte promoción externa y la producción de vinos de gran calidad.

COMPOSICIÓN DE LAS VIDES DE VINIFICACIÓN, CHILE



Fuente: SAG

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN, CHILE



Fuente: SAG

SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN

De acuerdo con el último censo realizado por el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) en el año 2009, la superficie total plantada con vid en Argentina ascendió a las 229 mil hectáreas, mientras que la producción total del año 2010 alcanzó los 2.592 millones de kilos. En tanto, las bodegas activas suman 1.341.
La uva de vinificación (213 mil hectáreas) se compone en un 48,5% por cepas de vino tinto, un 22,6% por variedades blancas y el restante 28,9% por vino rosado (tintos destinados a la elaboración de vinos rosados, como por ejemplo Pinot Grigio, Pinot Noir, Pinot Gris).

La evolución de la producción en Argentina se aprecia en los cuadros de la página 26.

Descripción del Mercado de Exportaciones Argentino

Las exportaciones argentinas siguen mostrando una tendencia sostenida de aumento de su valor en USD, desde la devaluación del peso argentino. En cuanto a volumen, se aprecia un comportamiento más volátil, debido a la exportación de graneles. El vino embotellado (botella, tetrabrik y otros envases), también crece de modo sostenido. Durante el año 2010, Argentina exportó 275 millones de litros, por un monto de US$736 millones (incluyendo graneles).

Descripción del Mercado Doméstico Argentino

En los últimos años, el mercado doméstico argentino se ha caracterizado por tener un consumo medio, con los vinos de alto precio en crecimiento y los de bajo valor, en disminución. Según la última estimación del INV, el consumo en

Argentina alcanzó los 9,7 millones de litros, lo que implica una baja de 6% en relación con el 2009. En el año 2010, el consumo doméstico per cápita llegó a 25,2 litros, versus los 26,6 litros del año 2009.

Descripción de las Actividades de VSPT

El Grupo San Pedro Tarapacá comienza sus actividades y negocios con el desarrollo agrícola y termina con la comercialización y venta del vino en los mercados de exportaciones y doméstico. Por lo tanto, la operación de VSPT puede dividirse en cuatro etapas que son las siguientes:

- Agrícola
- Enología
- Envasado
- Distribución y Venta

AGRÍCOLA

El objetivo del Área Agrícola de VSPT es producir o comprar uvas de diferentes variedades y calidades para el Área Enológica, de modo de cumplir con la relación costo/calidad altamente necesaria para la competitividad final de los productos.

La producción del grupo está distribuida en diversas zonas a lo largo del país: desde el Valle del Elqui hasta el Valle del Bío-Bío, logrando de esta forma uvas de las más distintas variedades y calidades, que se ven potenciadas por los terroirs que les dan origen.

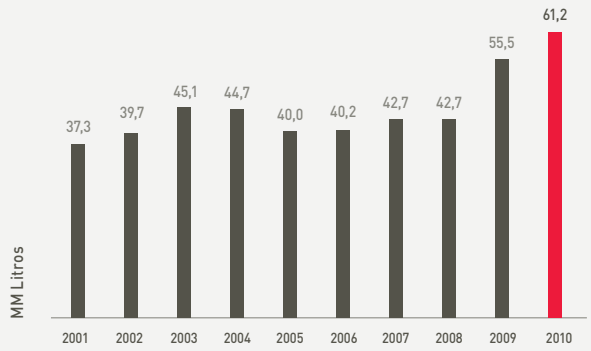
Las principales tareas de esta primera etapa son el cuidado y mantenimiento de 4.690 hectáreas plantadas, propias y arrendadas, de las cuales 2.555 corresponden a Viña San Pedro, 630 a Viña Tarapacá, 520 a Finca La Celia y 12 a Bodega Tamarí, ambas en Argentina, 83 a Altaïr, 242 a Valles de Chile, 62 a Viña Mar, 193 a Casa Rivas y otras 495 arrendadas a terceros.

En relación con la gestión agrícola, las viñas del grupo aplican un sistema de precisión y captura digital de datos en terreno. Este permite obtener información actualizada y en línea de todos los predios y, de esta manera, asegurar la trazabilidad de las uvas y el cumplimiento de las buenas prácticas agrícolas.

En este sentido, esta área ha logrado producir uvas de calidad, priorizar los métodos ecológicamente sanos, minimizando el uso de agroquímicos y sus consiguientes efectos no intencionales e indeseables, todo, con el objeto de preservar el medio ambiente.

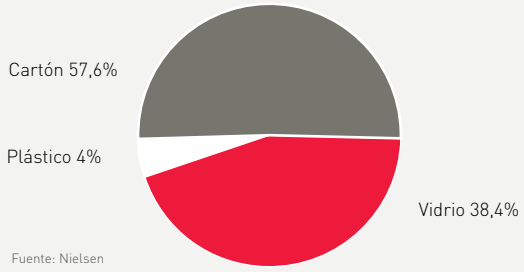
El Valle Central de Chile, desde el Maipo hasta el Maule, además de nuevos rincones innovadores nortinos, sureños y costeros, como el Valle del Limarí, el del Elqui o el Bío-Bío, y el Valle de Uco en Mendoza, son todas zonas con distintos grados de tradición vitícola, que presentan una gran variedad de condiciones geológicas y climáticas características, muy particulares a cada una, las cuales permiten obtener uvas que expresan fielmente las cualidades propias de su variedad, condimentadas con complejos matices y aromas aportados por sus orígenes. Estas particularidades, sumadas al adecuado manejo agrícola y enológico, son la base para la elaboración de vinos de calidad, del Grupo VSPT.

VOLÚMENES DE EXPORTACIONES, CHILE



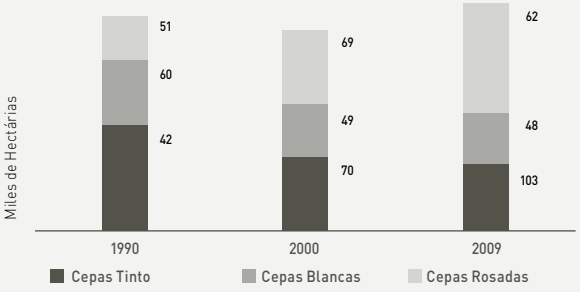
Fuente: Vinos de Chile

VENTA POR ENVASE, CHILE



Fuente: Nielsen

EVOLUCIÓN DE LAS PLANTACIONES, ARGENTINA



Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura

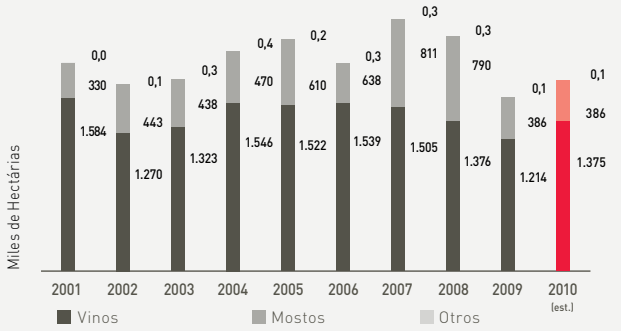
ENOLOGÍA

El sello que impone una viña a su producto final es responsabilidad del Área Enológica. Ésta maneja el resultado de la gestión agrícola, incorporando la habilidad del enólogo para, finalmente, producir un vino de óptima calidad y que sea demandado por el mercado. La tarea del Área de Enología se extiende desde la elaboración del vino, hasta la revisión y control de la compra de los insumos que se utilizarán en los distintos procesos productivos. Esta área también se encarga de todas las eventualidades que puedan surgir en el proceso de producción, desde el inicio de la vinificación, hasta la entrega final a las diversas plantas de envasado.

El Grupo San Pedro Tarapacá cuenta con un moderno sistema de manejo de inventario en línea, el cual permite que el enólogo tenga toda la información necesaria para la elaboración de los productos.

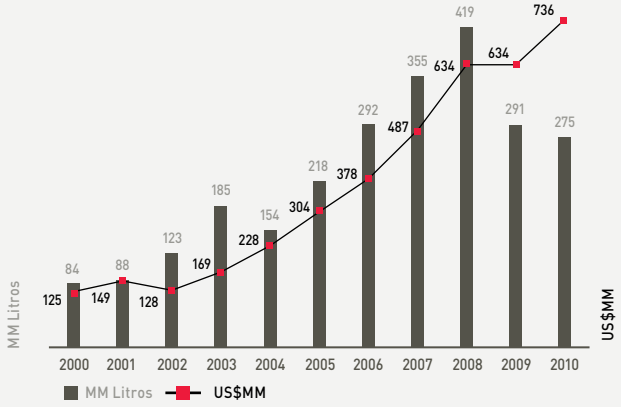
La compañía cuenta con certificaciones de calidad internacionales, para lo cual ha capacitado a sus colaboradores y ha avanzado en materias de calidad y medio ambiente. Así por ejemplo, VSPT posee certificaciones ISO y HACCP, iniciativas que permiten aplicar en el trabajo diario las mejores y más modernas técnicas para lograr vinos de gran calidad.

EVOLUCIÓN DE PRODUCCIÓN, ARGENTINA



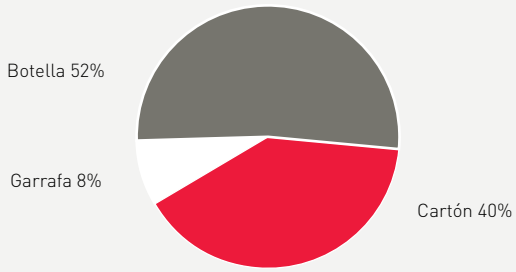
Fuente: Instituto Naciona de Vtivinicultura

VOLÚMENES DE EXPORTACIONES, ARGENTINA



Fuente: Caucasia

VENTA POR ENVASE, ARGENTINA



Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura

ENVASADO

Cuando termina la labor enológica y de guarda, comienza el proceso de envasado en las distintas plantas de la Sociedad. Actualmente, el grupo cuenta con 11 plantas propias, entre las cuales destaca la Planta Molina, una de las más modernas de Sudamérica, con una capacidad de envasado cercano a los 27 mil litros por hora.

El Área de Envasado está centralizada por VSPT a través de su Gerencia de Operaciones, que presta servicios de maquila a las distintas unidades comerciales. Este servicio incluye a toda la cadena de suministros. Una vez realizado el pedido por parte de la unidad comercial y recibido el vino en la unidad enológica, la Gerencia de Operaciones es responsable de envasar y embarcar el producto final, con todos los requerimientos de calidad y normativa necesarios, lo que comprende manejar el abastecimiento y administración del stock de insumos, realizar el proceso de envasado y la logística de salida de la planta hacia el puerto de embarque correspondiente.

DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

Una vez finalizado el proceso de envasado y embotellado, comienza la distribución y venta del vino en todas sus variedades y formatos, tanto en Chile como en el resto del mundo. La distribución del producto en el interior del país se ejecuta a través de Transportes CCU, filial de CCU S.A., que posee una de las redes de distribución más grandes de Chile, con 26 depósitos distribuidos a lo largo del país y una flota de 490 camiones en distribución de acarreo a diciembre de 2010, y 750 promedio año, en distribución de porteo.

La Gerencia de Operaciones es responsable de la cadena de suministros, coordinando además

LA COMPOSICIÓN DE LA SUPERFICIE DEL GRUPO SAN PEDRO TARAPACÁ SE DESGLOSA EN EL SIGUIENTE CUADRO:

Viña	Zona	Área	Fundo	Há Plantadas	Propiedades
San Pedro	Valle de Curicó	Molina	Molina	1.200	Propia
San Pedro	Valle del Maule	Pencahue	Pencahue	850	Propia
San Pedro	Valle del Cachapoal	Requínoa	Totihue	103	Propia
San Pedro	Valle del Cachapoal	Requínoa	Quillayes	102	Arrendada
San Pedro	Valle de Colchagua	Santa Cruz	Chépica	245	Propia
San Pedro	Valle del Maipo	Buin	Maipo	55	Propia
Subtotal San Pedro				**2.555**	
Tarapacá	Valle del 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 de Casablanca	Casablanca	Casablanca	62	Propia
Viña Mar	Valle de Casablanca	Casablanca	Loyola	26	Arrendada
Casa Rivas	Valle del Maipo	María Pinto	Santa Teresa	193	Propia
Altaïr	Valle de Rapel	Requínoa	Altaïr	83	Propia
Valles de Chile (Viñas Tabalí y Leyda)	Valle del Limarí y Valle de San Antonio	Punitaqui y Leyda	Tabalí / Fray Jorge y El Maitén / El Granito	242	Propia
Subtotal Chile				**4.158**	
Finca La Celia	Valle de Uco	San Carlos	Finca La Celia	520	Propia
Bodega Tamarí	Valle de Mendoza	Maipú	Tamarí	12	Propia
Total VSPT*				**4.690**	

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

LA CAPACIDAD INSTALADA DEL GRUPO SAN PEDRO TARAPACÁ SE DESGLOSA EN EL SIGUIENTE CUADRO:

Descripción/ Planta	VSP Molina	VSP Lontué	Tarapacá	Santa Helena	Misiones de Rengo	Altaïr	Viña Mar	Casa Rivas	Finca La Celia	Bodega Tamarí	Tabalí	Leyda
Recepción de Uvas	sí	no	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí
Elaboración	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	no
Vinificación	sí	no	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí
Guarda	sí	no	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí
Envasado	sí	sí	sí	no	sí	no	sí	no	sí	no	no	no
Capacidad Envasado Máxima (Litros/Hora)	26.820	29.280	9.000	-	1.050	-	1.500	-	6.000	-	-	-
Capacidad Bodega Vinos (Miles de Litros)*	38.815	12.620	13.000	2.436	8.040	802	2.840	2.820	7.500	2.319	1.790	1.562

* Capacidad identica al año 2009, salvo Finca La Celia y sin conciderar efectos del terremoto, ya que esa capacidad perdida se ha recuperado en un 100% a marzo de 2011.

Fuente: VSPT

la logística y distribución de los productos desde las plantas productivas por transporte terrestre y hasta el puerto, donde el vino es embarcado para llegar al cliente final. La comercialización de los vinos en los países de destino y a público, es responsabilidad de nuestros clientes, prestigiosos distribuidores de vinos y licores en diferentes partes del mundo, con los cuales existen acuerdos previos.

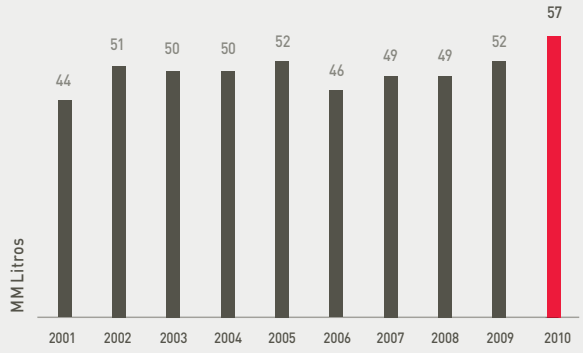
El Grupo San Pedro Tarapacá es la segunda mayor viña exportadora del país, con un 24,4% de participación de mercado en volumen envasado durante el 2010, cifra entregada por la Asociación de Exportadores de Vinos de Chile A.G. A nivel de mercado doméstico, es el tercer mayor grupo vitícola en términos de participación, con un 22,5%, según los datos proporcionados por Nielsen.

En el mismo período, los volúmenes de ventas totales de vino envasado de VSPT alcanzaron los 120 millones de litros, incluyendo tanto las exportaciones como las ventas en los mercados domésticos de Chile y Argentina.

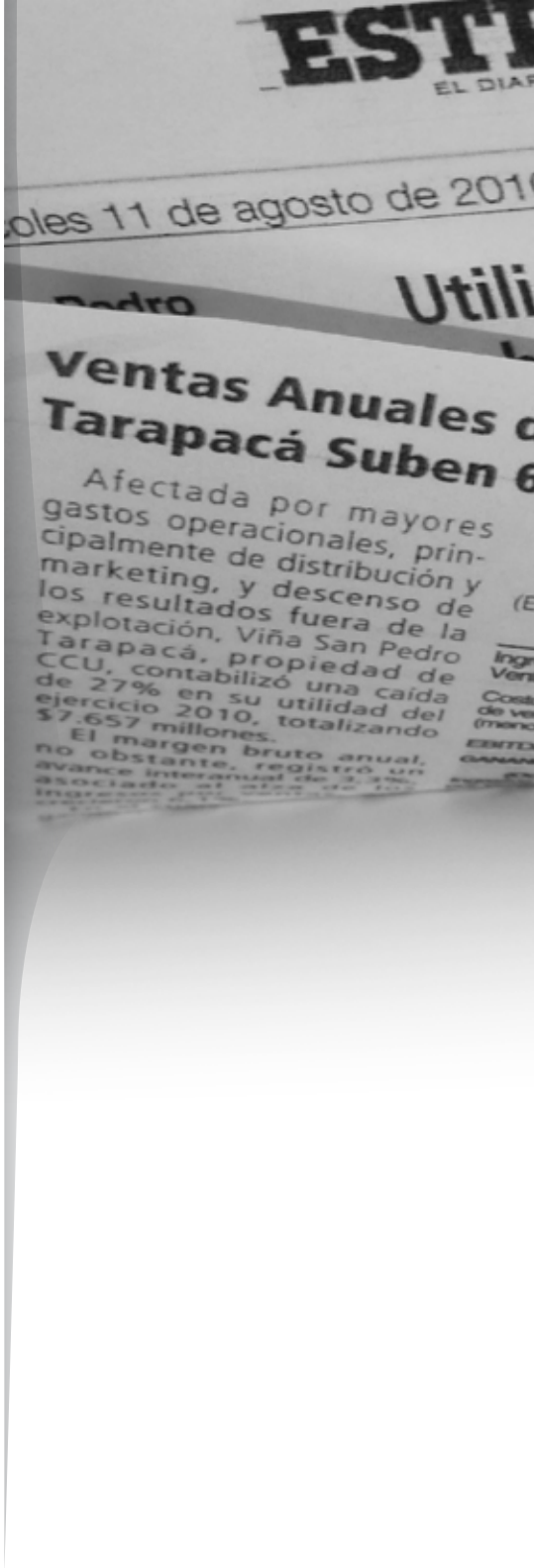
MARCO NORMATIVO

El Grupo San Pedro Tarapacá, en su carácter de Sociedad Anónima, 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.

VOLÚMENES DE VENTA VSPT MERCADO DÓMESTICO



VOLUMEN DE VENTAS VSPT MERCADO EXPORTACIONES



ACTIVIDADES FINANCIERAS

Las actividades financieras principales de la Sociedad corresponden al uso de líneas de crédito de corto y largo plazo para el financiamiento de capital de trabajo e inversiones. Por otra parte, los excedentes de caja que generan las actividades operacionales se invierten en el mercado financiero, principalmente a través de fondos mutuos.

Factores de Riesgo

Entre los principales factores de riesgo de la actividad, aparecen los factores climáticos, que pueden generar sequías, heladas, granizos, pestes, lluvias y hongos. Estos pueden dañar la producción de vino, principalmente durante el período de la vendimia, traduciéndose en menor disponibilidad de uva y vino. El efecto directo es el costo del vino, dada una disminución de oferta, que a su vez puede reducir el rendimiento por hectárea y, por lo tanto, generar un mayor costo por litro de vino.

Desde otro punto de vista, los riesgos climáticos pueden producir una menor calidad del vino. Las medidas de prevención apuntan hacia la regulación de pestes, hongos, sequías y heladas, algunas de las cuales sólo pueden controlarse parcialmente.

Por otra parte, el mercado de las exportaciones está fuertemente ligado a los vaivenes de las diferentes economías del mundo. Esto se traduce en el riesgo de menor actividad económica en algún país específico y, por lo tanto, disminución en el despacho de vinos. Al mismo tiempo, tener ingresos del mercado de exportaciones en moneda extranjera conlleva un riesgo de tipo de cambio. Sin embargo, el hecho de estar presente en más de 80 países y en las principales potencias mundiales, diversifica el riesgo país a diferencia de estar presente sólo en el mercado doméstico. Además, el manejo de operaciones a futuro en moneda extranjera es utilizado para cubrir la posición en moneda extranjera en el balance de la Sociedad.

Políticas de Inversión y Financiamiento

El Grupo San Pedro Tarapacá realiza inversiones principalmente orientadas a ampliar y mejorar su capacidad productiva agrícola e industrial, además de obtener mejores niveles de calidad, tanto en las uvas como en el tratamiento y guarda de vinos. Además de estas inversiones, VSPT invierte en forma periódica en la reposición normal de activos operacionales.

Seguros

Una serie de contratos anuales mantiene el Grupo San Pedro Tarapacá con diversas compañías aseguradoras de primera clase para todos sus bienes, es decir, maquinarias, edificios, vehículos, créditos a las exportaciones, materias primas, productos en proceso y terminados, y perjuicios por paralización, entre muchos otros. Las pólizas cubren daños por incendios, terremotos, heladas y otros factores de la naturaleza o el hombre, con cobertura local y en los países en que se comercializan los productos. Por otra parte, VSPT posee seguros que cubren eventuales cuentas por cobrar que puedan transformarse en incobrables por parte de los principales clientes de exportaciones.

COMITÉ DE DIRECTORES

Actividades realizadas por el Comité de Directores durante el ejercicio 2010:

I. **INTEGRACIÓN:** En el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., sesión Nº 837, celebrada el día 12 de enero de 2010, el Director y Presidente del Comité señor Domingo Cruzat Amunátegui (independiente del controlador), nombró a los señores Gustavo Romero Zapata (relacionado con el controlador) y Patricio Jottar Nasrallah (relacionado con el controlador) para integrar el Comité en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley Nº18.046. En la sesión N° 98 del Comité, se designó en el cargo de Presidente del Comité al Director don Domingo Cruzat A. y en el cargo de Secretario a don Andrés Marín A.

II. **FUNCIONAMIENTO Y MATERIAS TRATADAS:** El Comité sesionó en 10 oportunidades, levantándose actas de cada reunión. En el ejercicio de sus funciones, el Comité se reunió, entre otros, con los Gerentes de Viña San Pedro Tarapacá S.A. y de sus filiales y coligada, con los auditores externos y auditores internos, a fin de tratar los temas relevantes de sus áreas y otros relacionados con la gestión de la Sociedad.

Durante el año 2010, no hubo propuestas efectuadas por el Comité al Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. que no hubiesen sido recogidas por este último.

Las diversas materias y gestiones desarrolladas por el Comité durante el ejercicio 2010 se resumen a continuación:

- Revisión y análisis de los estados financieros trimestrales y anuales (FECU).
- Examen de los principales criterios contables y política de provisiones que aplica la Sociedad.
- Análisis y revisión del sistema de remuneraciones y compensaciones a gerentes y ejecutivos.
- Se dio cuenta de las operaciones relacionadas habituales, conforme la política de habitualidad aprobada por el Directorio de la Sociedad.
- Revisión del Reglamento de funcionamiento del Comité de Directores para su adecuación a las modificaciones introducidas por la Ley N° 20.382 a la Ley N° 18.046.
- Propuesta de auditores externos y clasificadores de riesgo al Directorio para ser sometidas a consideración e informados respectivamente, de la Junta Ordinaria de Accionistas.
- Se informaron y revisaron trimestralmente las operaciones relacionadas ejecutadas conforme a la política general de habitualidad determinada por el Directorio.
- personas relacionadas o modificación de las existentes, para ser sometidas a consideración del Directorio:

a) Con la Matriz y filiales de la Matriz

- Compra de vino a Compañía Pisquera de Chile S.A.
- Análisis y revisión de las tarifas de Servicios Compartidos y de Transportes y Distribución, Comercialización y Marketing, prestados por la matriz CCU S.A., sus filiales Transportes CCU Ltda. y Comercial CCU S.A.. durante el ejercicio y las aplicables para el año 2011.
- Compra de unidad CIP a Embotelladoras Unidas S.A.

b) Con las Filiales

- Prestación de servicio cosecha mecanizada a Viña Santa Helena S.A. y a Viña del Mar de Casablanca S.A.
- Contratación servicios de filtrado de vinos a Viña del Mar de Casablanca S.A.
- Compra de maquinas área de producción (Etiquetadora, Capsuladora y Selladora) a Viña Misiones de Rengo S.A.
- Compra de equipo agrícola (Cosechadora) a Viña del Mar de Casablanca S.A.
- Venta de equipo enológico (Estanques) a Viña del Mar de Casablanca S.A.

c) Con la Coligada

- Compra de vino a Viña Valles de Chile S.A.

d) Con otras Personas Relacionadas

- Compra de uva a Sociedad Agrícola y Ganadera Río Negro Ltda.
- Contratación servicios de asesoría financiera a Banchile Asesorías Financieras S.A.

III. GASTOS: Los directores integrantes del Comité percibieron la dieta determinada por la 64ª Junta General Ordinaria de Accionistas, de 22,22 Unidades de Fomento brutas por sesión, más lo que corresponda hasta completar el tercio adicional, conforme lo establece el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046 y la Circular N° 1956 de la Superintendencia de Valores y Seguros. Durante el ejercicio 2010, el Comité desarrolló sus funciones con los recursos internos de la Sociedad, con el apoyo de la matriz CCU S.A, a través del Contrato de Servicios Compartidos, por lo cual no requirió contratar asesores ni efectuar gastos con cargo al presupuesto aprobado por la Junta Ordinaria de Accionistas.

PROPIEDAD Y CONTROL DE LA ENTIDAD

Estructura Accionaria

Viña San Pedro Tarapacá S.A. es controlada, directa e indirectamente, por Compañía Cervecerías Unidas S.A., quien posee el 50,01% de las acciones de la Sociedad al 31 de diciembre de 2010. A igual fecha, el capital suscrito y pagado es de M$122.344.210.414, distribuido en un total de 39.969.696.632 acciones sin valor nominal.

Compañía Cervecerías Unidas S.A. es controlada por la sociedad chilena "Inversiones y Renta S.A.", que a su vez es controlada por las sociedades Quiñenco S.A. y Heineken Chile Ltda., que poseen cada una el 50% del capital accionario de Inversiones y Rentas S.A.

Las acciones emitidas y pagadas de Quiñenco S.A. son de propiedad en un 83,3% de las sociedades Andsberg Inversiones Ltda., Ruana Cooper A.G. Agencia Chile, Inversiones Orengo S.A, Inversiones Consolidadas S.A., Inversiones Salta S.A., Inmobiliaria e Inversiones Río Claro S.A. e Inversiones Río Claro Ltda. La fundación Luksburg Foundation tiene indirectamente el 100% de los derechos sociales en Andsberg Inversiones Ltda., el 100% de los derechos sociales en Ruana Cooper A.G. Agencia Chile y un 99,76% de las acciones de Inversiones Orengo S.A.

Andrónico Luksic Craig y familia tienen el control del 100% de las acciones de Inversiones Consolidadas S.A. y de Inversiones Salta S.A. Guillermo Luksic Craig y familia tienen el control del 100% de las acciones de Inmobiliaria e Inversiones Río Claro S.A. e Inversiones Río Claro Ltda. No existe un acuerdo de actuación conjunta entre los controladores de la Sociedad.

Heineken Chile Ltda. es una sociedad de responsabilidad limitada chilena, cuyo controlador actual es Heineken Americas B.V., sociedad de responsabilidad limitada holandesa, filial de Heineken International B.V., la cual es a su vez filial de Heineken N.V. El socio mayoritario de Heineken N.V. es la sociedad holandesa Heineken Holding N.V., sociedad filial de la sociedad suiza L'Arche Holding S.A. La persona natural que posee el 99% de las acciones de las acciones de L'Arche Holding S.A. es la Sra. Charlene Lucille de Carvalho-Heineken.

Los doce principales accionistas de la Sociedad poseen el 96,10% de su propiedad, los cuales se identifican a continuación:

PRINCIPALES ACCIONISTAS DE LA SOCIEDAD (AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010)

Nombre o Razón Social	Acciones al 2010/12/31	% Participación
CCU INVERSIONES S A	19.987.172.698	50,01%
COMPANIA CHILENA DE FOSFOROS SA	11.990.908.990	30,00%
AFP HABITAT S A	1.713.696.391	4,29%
AFP CUPRUM S A	1.267.499.214	3,17%
AFP PROVIDA S A	1.180.267.088	2,95%
AFP CAPITAL S A	727.503.307	1,82%
CELFIN CAPITAL S A C DE B	610.928.522	1,53%
BANCHILE C DE B S A	373.769.510	0,94%
VINA SAN JUAN LIMITADA	214.216.110	0,54%
CELFIN SMALL CAP CHILE FONDO DE INVERSIO	117.241.739	0,29%
FONDO MUTUO SCOTIA GLOBAL RETAIL	116.442.709	0,29%
LARRAIN VIAL S A CORREDORA DE BOLSA	110.990.207	0,28%

TRANSACCIONES TRIMESTRALES EN BOLSA, DE LOS ÚLTIMOS DOS EJERCICIOS ANUALES

Promedios por Trimestre			
Trimestre / Año	N° Acciones Transadas	Monto ($)	Precio Promedio $
1er Trimestre 2009	19.273.979.046	71.2 81.267.837	3,70
2do Trimestre 2009	294.765.724	1.167.419.446	3,96
3er Trimestre 2009	97.522.797	400.554.298	4,11
4to Trimestre 2009	282.081.708	1.074.332.731	3,81
1er Trimestre 2010	527.264.619	2.224.207.632	4,22
2do Trimestre 2010	184.760.909	763.919.124	4,13
3er Trimestre 2010	1.914.610.460	8.740.006.563	4,56
4to Trimestre 2010	209.378.023	911.140.349	4,35

Esta información incluye transacciones de la Bolsa de Comercio de Santiago, Bolsa Electrónica de Chile y Bolsa de Valores de Valparaíso. Cifras en pesos de cierre del período señalado.

Transacciones Efectuadas por Personas Relacionadas

Durante el año 2010 no hubo transacciones de acciones por parte de personas relacionadas.

Política de Dividendos

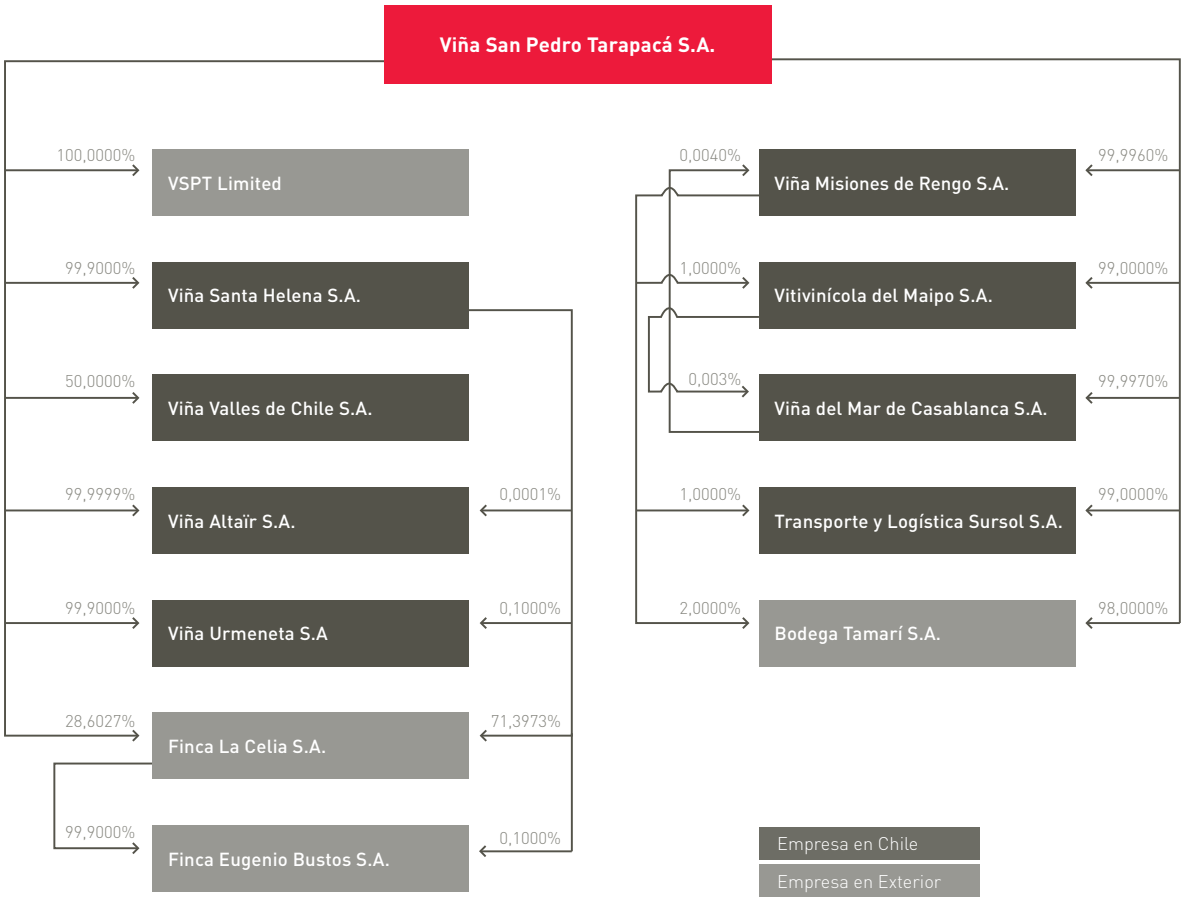
La política de dividendos expuesta por el Directorio en la 64ª Junta General Ordinaria de Accionistas, que se celebró el 20 de abril de 2010 consiste en un reparto en dinero equivalente al 50% de las utilidades líquidas de cada ejercicio social, a pagarse una vez aprobado el balance general del ejercicio correspondiente por la Junta General Ordinaria de Accionistas, y habiendo sido previamente absorbidas las pérdidas acumuladas con las utilidades del ejercicio, conforme lo dispuesto en el artículo 78 de la Ley N°18.046.

DIVIDENDOS PAGADOS RESPECTO DE LOS ÚLTIMOS EJERCICIOS ANUALES

Año	Monto total a distribuir ($)	Dividendo por Acción ($)	Tipo
2008	752.344.259	0,03137144396	Definitivo
2009	591.966.336	0,0148103785	Definitivo
2010	5.246.173.377	0,13125377021	Definitivo

ESTRUCTURA SOCIETARIA Y REMUNERACIONES

Estructura Societaria



Remuneración del Directorio

En la 64ª Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 20 de abril de 2010, se aprobó una remuneración para el Directorio por el ejercicio 2010 y hasta la celebración de la próxima Junta Ordinaria de Accionistas. Dicha remuneración consiste en una dieta de 40 Unidades de Fomento brutas al mes, cualquiera sea el número de sesiones que se celebren en dicho período, correspondiéndole el doble al Presidente, más una participación para el Directorio en su conjunto, equivalente al uno por ciento de las utilidades del ejercicio, que se distribuyen en razón de una parte para cada uno de los Directores, más una parte adicional para el Presidente.

De acuerdo a lo anterior, los Directores recibieron durante el ejercicio 2010, por concepto de dieta y participación, las siguientes remuneraciones:

Resumen General Remuneraciones de Directores y Comité de Directores

Las remuneraciones percibidas por los directores de Viña San Pedro Tarapacá S.A. se encuentran establecidas en el cuadro "Resumen General Remuneraciones de Directores y Comité de Directores". Los directores de la matriz Viña San Pedro Tarapacá S.A., que asimismo son directores de alguna de sus sociedades filiales, no han percibido remuneración alguna por su desempeño como directores de éstas últimas.

M$ (Total pagado durante el año 2010 (valores en pesos actualizados al 31-12-2010)

Director	2010		2009	
	Dieta (1)	Participación	Dieta (1)	Participación
Francisco Pérez Mackenna (2)	0	0	0	1.158
Patricio Jottar Nasrallah	15.314	10.492	16.639	1.184
Philippe Pasquet	8.468	10.492	8.398	1.184
Giorgio Maschietto Montuschi	9.303	10.492	9.242	1.184
Guillermo Luksic Craig	13.575	20.985	13.411	2.368
Jose Luis Vender	6.774	7.351	5.872	0
Ernesto Edwards Risopatron (2)	0	0	0	1.158
Felipe Joannon Vergara	9.317	10.492	10.080	1.184
Gustavo Romero Zapata	11.845	10.492	8.409	26
Gerardo Jofre Miranda	0	3.142	5.724	837
Rene Araneda Largo	10.617	10.492	14.290	26
Domingo Cruzat Amunategui	15.314	10.492	15.802	837
TOTAL	**100.527**	**104.922**	**107.867**	**11.840**

(1) Dieta incluye remuneración de miembros del Comité de Directores.

(2) Los señores Francisco Pérez Mackenna y Ernesto Edwards Risopatron renunciaron al Directorio en Diciembre 2008.

Gastos Asesoría al Directorio

Durante el año 2010, el Directorio incurrió en gastos de asesoría por un monto de $20.646.132.

EJECUTIVOS PRINCIPALES DE VSPT

Nombre	Rut	Profesión	Cargo
René Araneda Largo	5.849.993-5	Ingeniero Comercial	Vicepresidente Ejecutivo
Javier Bitar Hirmas	6.379.676-K	Ingeniero Civil	Gerente General
Carlos López Dubusc	10.339.518-6	Ingeniero Civil	Gerente de Exportaciones
Javier Iglesis Buchanan	8.132.280-5	Administrador de Empresas	Gerente de Exportaciones
Pedro Herane Aguado	11.677.304-K	Ingeniero Comercial	Gerente de Mercado Nacional
Juan Cury Cuneo	9.481.380-8	Ingeniero Agrónomo	Gerente de Abastecimiento
Germán Del Río López	13.471.168-K	Ingeniero Comercial	Gerente de Administración y Finanzas
Marcelo Srbovic	17.789.063*	Ingeniero en Sistemas	Gerente General Finca La Celia S.A.

Remuneración total e indemnizaciones por años de servicio percibidas por los ejecutivos principales, gerentes y otros ejecutivos de la Sociedad.

Durante el ejercicio 2010, los ejecutivos principales, gerentes y otros ejecutivos del Grupo San Pedro Tarapacá percibieron como remuneración y beneficios la cantidad de $ 2.470 millones, valor que incluye $ 218 millones pagados al Vicepresidente Ejecutivo de la Sociedad, señor René Araneda Largo. La Sociedad tiene como política entregar un Bono Anual por resultados, de carácter discrecional y variable, no pactado contractualmente y que se asigna por cumplimiento de metas individuales y corporativas, en atención a los resultados del ejercicio. El plan de bonos fue examinado por el Comité de Directores y aprobado por el Directorio de la Sociedad para el periodo 2010. Durante el mismo período, se pagó $ 129 millones en indemnizaciones por años de servicio, cifra incluida en el monto antes informado.

HECHOS RELEVANTES, ESENCIALES Y OTROS ANTECEDENTES

Durante el primer, segundo y tercer trimestre del año 2010, Viña San Pedro Tarapacá S.A. informó a la Superintendencia de Valores y Seguros los siguientes hechos esenciales:

- **13 de enero de 2010:** Informa que el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., en su sesión del día 12 de enero de 2010, determinó la política de habitualidad para operaciones con partes relacionadas, autorizando celebrar cierto tipo de contratos o convenciones con partes relacionadas, que tengan el carácter de habitual, sean de ordinaria ocurrencia y sean necesarias para el desarrollo normal del giro social.

- **17 de marzo de 2010:** Informa que el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., en su sesión del día 17 de marzo de 2010, acordó proponer a la próxima Junta Ordinaria de Accionistas, el reparto de un dividendo definitivo de 0,13125377021 pesos por acción. Se propondrá pagar este dividendo definitivo a contar del día 28 de abril de 2010.

Durante el mismo período, se informó a dicha Superintendencia los siguientes otros antecedentes:

- 14 de enero de 2010: Se informa la nueva composición del Comité de Directores, como también los directores, gerentes y ejecutivos principales de la Sociedad.

- **2 de marzo de 2010:** El Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. informó la calificación como ejecutivo principal de la Sociedad a don René Araneda Largo, para su registro en la Superintendencia de Valores y Seguros.

- **18 de Marzo de 2010:** Informa que el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., en su sesión celebrada el día 17 de marzo de 2010, acordó citar a Junta Ordinaria de Accionistas, para el día 20 de abril de 2010, a celebrarse en la Sala de Arte CCU, con el objeto de tratar las materias que siguen:

  - Cuenta del Presidente.
  - Aprobación de Memoria, Balance General, Estado de Resultados e Informe de Auditores Externos de la Sociedad, correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2009.
  - Distribución de utilidades del ejercicio 2009 y reparto de dividendos.
  - Exposición respecto de la política de dividendos de la Sociedad e información sobre los procedimientos a ser utilizados en la distribución de los mismos.
  - Determinar la remuneración del Directorio para el ejercicio 2010.
  - Cuenta de las actividades realizadas por el Comité de Directores durante el ejercicio 2009.
  - Determinar la remuneración y presupuesto del Comité de Directores para el ejercicio 2010.
  - Designación de Auditores Externos para el ejercicio 2010.
  - Cuenta de las operaciones realizadas por la sociedad a que se refieren el artículos 147 de la Ley N° 18.046.
  - Tratar cualquier otro asunto de interés social de competencia a la Junta, en conformidad con la Ley y los estatutos sociales.

Informa además que el derecho a participación a dicha Junta, lo tendrán las personas que figuren inscritas en el Registro de Accionistas de la Sociedad con cinco días hábiles de anticipación al día de su celebración y que la publicación de los Estados Financieros de la Sociedad al 31 de diciembre de 2009, se efectuará en el diario Estrategia de Santiago, el día 8 de abril de 2010.

- **29 de Marzo de 2010:** Se envía el Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado, a través del sistema SEIL, dando cumplimiento a las modificaciones introducidas a la Ley N° 18.046 por la Ley N° 20.382 y a la Norma de Carácter General N° 270.

- **21 de abril de 2010:** Se informa que en la Junta Ordinaria de Accionistas del día 20 de abril de 2010, se aprobó repartir un dividendo definitivo de 0,13125377021 pesos por acción, el cual se pagó a contar del día 28 de abril de 2010.

- **11 de mayo de 2010:** Se informa que el señor Pedro Herane Aguado asumió el cargo de Gerente de Mercado Nacional de Viña San Pedro Tarapacá S.A.

- **24 de mayo de 2010:** Se informa que el señor José Ignacio Bravo Eluchans dejó sus funciones en el cargo de Gerente de Administración y Finanzas de Viña San Pedro Tarapacá S.A. Asimismo, se informó que asumió el citado cargo el señor Germán Del Río López.

- **2 de julio de 2010:** Se inscribe en el Registro de Valores a Cargo de la SVS, N° 79, una Línea de Efectos de Comercio dirigida al mercado general, por un monto máximo de hasta $11.500.000.000 y con un plazo de vencimiento de 10 años.

- **7 de septiembre de 2010:** Se envía copia de escritura pública de Disminución de Capital de Viña San Pedro Tarapacá S.A., conforme lo dispuesto en el artículo 33 del Reglamento de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

- **30 de noviembre de 2010:** Se envía copia de carta enviada al Banco Santander – Chile, representante de los Tenedores de Bonos Serie A emitidos por Viña San Pedro Tarapacá S.A., en que se solicita a aquél, citar a Junta de Tenedores de Bonos con el fin de adecuar el contrato de emisión a la nueva normativa contable (IFRS).

Información de Interés para el Mercado:

- **14 de enero de 2010:** Se informa que en la sesión celebrada el 12 de enero de 2010, el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. acordó informar en carácter de interés, la nueva composición del comité de directores y los nombres de los directores y ejecutivos principales para su registro en la Superintendencia de Valores y Seguros.

- **2 de marzo de 2010:** El Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. acordó informar en carácter de información de interés, la calificación como ejecutivo principal de la Sociedad a don René Araneda Largo, para su registro en la Superintendencia de Valores y Seguros.

- **3 de marzo de 2010:** Se da respuesta al Oficio Circular N° 574, en virtud del cual se solicitó a las empresas informar sobre la situación y el estado de sus instalaciones y operaciones tras el terremoto ocurrido el pasado sábado 27 de Febrero. La sociedad informó que no se produjeron daños significativos a las instalaciones y equipos en nuestras bodegas de Molina, Lontué, Rengo, San Fernando, Requinoa, Casablanca y María Pinto, que impidan la continuidad de sus actividades. En cuanto a la bodega de Isla de Maipo, se señaló que sufrió daños importantes, llevándose a efecto los peritajes del caso. Las operaciones de envasado y vendimia que tenían lugar en Isla de Maipo fueron derivadas momentáneamente a las bodegas mencionadas anteriormente. Por otra parte, se informó sobre el estado de preparación para llevar a cabo la vendimia de la temporada 2010 y se indicó que las plantaciones no sufrieron daño. En cuanto a existencias de vino, tanto en granel como envasado, la estimación fue de una pérdida de aproximadamente 9,4 millones de litros de vino a granel. Respecto a las Oficinas Corporativas en Santiago, éstas no sufrieron daños y, por otra parte, se indicó que existían seguros comprometidos que cubren las instalaciones, maquinarias y equipos, inventarios, viñedos, perjuicios por paralización, entre otros.

- **18 de marzo de 2010:** Se informa como hecho de interés la aprobación de los Estados Financieros Consolidados correspondientes al ejercicio 2009 bajo normas IFRS.

- **24 de mayo de 2010:** Se informa que en la sesión celebrada el 4 de mayo de 2010, el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. acordó informar en carácter de interés, las personas que adicionalmente conforman la lista de ejecutivos principales para su registro en la Superintendencia de Valores y Seguros.

- **27 de mayo de 2010:** Se informa en carácter de interés, los resultado obtenidos por Viña San Pedro Tarapacá S.A. en el primer trimestre de 2010.

- **11 de agosto de 2010:** Se informa en carácter de interés, los resultado obtenidos por Viña San Pedro Tarapacá S.A. en el segundo trimestre de 2010.

INFORME SOBRE FILIALES

RAZÓN SOCIAL
Viña Santa Helena S.A.

RUT: 79.713.460-0
Sociedad Anónima Cerrada Chilena
Av. Vitacura 4380, piso 5,
Vitacura, Santiago

OBJETO SOCIAL
Producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial los vitivinícolas; la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de bebidas, sean éstas vinos, licores, cervezas o de cualquier naturaleza, alcohólicas o analcohólicas, y de las materias primas de las mismas; el aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden; la prestación de servicios relacionados con los mismos rubros; la representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y la comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general.

Capital Suscrito y Pagado: M$ 85.823
Porcentaje de Tenencia: 99,9000 %
Inversiones sobre Activo de la Matriz: 0,1458%

DIRECTORIO:
Presidente:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Directores:
Javier Bitar Hirmas
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Germán Del Río López
(Gerente de Administración y Finanzas, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:
Matías Rivera Fresno

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Viña Santa Helena S.A. se dedica principalmente a la exportación de vinos finos, elaborados con uvas provenientes del Valle de Colchagua y otros del Valle Central.

RELACIONES COMERCIALES CON LA MATRIZ DURANTE 2010
Viña San Pedro Tarapacá S.A. presta servicios de elaboración y envasado de vinos a Viña Santa Helena S.A. y le otorga soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informático y asesoría legal.

RAZÓN SOCIAL
Viña Misiones de Rengo S.A.

RUT: 96.931.780 - K
Sociedad Anónima Cerrada Chilena
Av. Vitacura 4380, piso 6, Vitacura, Santiago

OBJETO SOCIAL
El objeto de la sociedad es la plantación y explotación de viñas, la elaboración, comercialización, transporte, importación y exportación de vinos y licores por cuenta propia o ajena, la explotación vitivinícola y la prestación de servicios relacionados.

Capital Suscrito y Pagado: M$ 5.833.270
Porcentaje de Tenencia: 100,0000%
Inversiones sobre Activo de la Matriz: 3,0568%

DIRECTORIO
Presidente:
Gustavo Romero Zapata
(Director, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Directores:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Felipe Joannon Vergara
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Javier Bitar Hirmas
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Germán Del Río López
(Gerente de Administración y Finanzas, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:
Claudio Cilveti Apaolaza

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Viña Misiones de Rengo S.A. elabora vinos finos con uvas provenientes del Valle de Rapel y otros del Valle Central y los comercializa tanto en Chile como en el exterior.

RELACIONES COMERCIALES CON LA MATRIZ DURANTE 2010
Viña San Pedro Tarapacá S.A. presta soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

RAZÓN SOCIAL
Viña Altaïr S.A.

RUT: 96.969.180-9
Sociedad Anónima Cerrada Chilena
Av. Vitacura 4380, piso 6, Vitacura, Santiago

OBJETO SOCIAL
(a) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos vitivinícolas. b) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación, y exportación, por cuenta propia o ajena de vinos y licores y de las materias primas de los mismos. c) El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de vinos y licores, y de las materias primas de los mismos. d) La explotación de marcas comerciales. e) La prestación de servicios relacionados con los rubros señalados en las letras a) a d) anteriores. f) La representación de empresas nacionales y extranjeras en relación con los rubros y actividades señalados en las letras a) a e) anteriores. g) En general, la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los rubros y actividades señalados en las letras a) a e) anteriores.

Capital Suscrito y Pagado (*): M$ 2.466.161
Porcentaje de Tenencia: 100,0000%
Inversiones sobre Activo de la Matriz: 0,9944%

DIRECTORIO
Presidente:
Felipe Joannon Vergara
(Director, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Directores:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Javier Bitar Hirmas
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Germán Del Río López
(Gerente de Administración y Finanzas, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:
Javier Bitar Hirmas

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Esta sociedad refuerza el compromiso de Viña San Pedro Tarapacá S.A. con la zona geográfica del Alto Cachapoal, a través de la comercialización de vinos de categoría Icono y Súper Premium destinados al mercado de exportación.

RELACIONES COMERCIALES CON LA MATRIZ DURANTE 2010
Viña San Pedro Tarapacá S.A. le otorga soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

(*) En Junta Extraordinaria de Accionistas de Viña Altaïr S.A., efectuada el 12 de noviembre de 2010, cuya acta se redujo a escritura pública con fecha 30 de noviembre del mismo año en la Notaría de Santiago de don Juan Ricardo San Martín Urrejola, se acordó: Uno) Disminuir el capital social, de $15.171.982.131 a $15.009.695.728, manteniendo inalterado el número de acciones; Dos) La división de Viña Altaïr S.A. en dos sociedades con efecto al 30 de noviembre de 2010: Tres) A consecuencia de la división, aprobar la disminución del nuevo capital de Viña Altaïr S.A. de $15.009.695.728, a $2.466.161.207, manteniendo inalterable la cantidad de acciones, esto es, dividido en 990.000 acciones nominativas, sin valor nominal y de una misma serie, totalmente suscrito y pagado, modificando al efecto los Artículos 5° Permanente y Transitorio del Estatuto Social; y Cuatro) Aprobar el texto del Estatuto Social de Viña Altaïr II S.A., que nace producto de la división acordada. Mediante instrumento privado de fecha 13 de diciembre de 2010, Viña San Pedro Tarapacá S.A. adquirió de Viña Santa Helena S.A la acción restante de Viña Altaïr II S.A., reuniendo en su poder la totalidad de las acciones de esta última. En consecuencia, y habiendo transcurrido un plazo que excede 10 días según lo dispuesto por artículo 103 N° 2 de Ley 18.046, se produjo la disolución de pleno derecho Viña Altaïr II S.A., pasando Viña San Pedro Tarapacá S.A. a ser su sucesora y continuadora para todos los efectos legales.

RAZÓN SOCIAL
Viña Del Mar de Casablanca S.A.

RUT: 96.993.110 - 9
Sociedad Anónima Cerrada Chilena
Av. Vitacura 4380, piso 6, Vitacura, Santiago

OBJETO SOCIAL
La plantación y explotación de viñas, la elaboración, comercialización, transporte, importación y exportación de vinos y licores por cuenta propia o ajena, la explotación agrícola y ganadera y la prestación de servicios relacionados.

Capital Suscrito y Pagado:	M$ 8.278.925
Porcentaje de Tenencia:	100,0000%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	2,3269%

DIRECTORIO
Presidente:
José Luis Vender Bresciani
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Directores:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Felipe Joannon Vergara
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Javier Bitar Hirmas
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Germán Del Río López
(Gerente de Administración y Finanzas,
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:
Alejandro Beckdorf Montesinos

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Elaborar y comercializar vinos finos, con uvas provenientes principalmente del Valle de Casablanca, como también del Valle Central.

RELACIONES COMERCIALES CON LA MATRIZ DURANTE 2010
Viña San Pedro Tarapacá S.A. proporciona servicios de envasado de vinos a Viña Mar de Casablanca S.A. y le presta soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

RAZÓN SOCIAL
Viña Urmeneta S.A.

RUT: 99.503.120-5
Sociedad Anónima Cerrada
Av. Vitacura N°4380, piso 6, Vitacura, Santiago

OBJETO SOCIAL
Producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas; la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de toda clase de bebidas, sean éstas vinos, licores, cervezas, o de cualquier naturaleza, alcohólicas o analcohólicas y de las materias primas de las mismas; el aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden; la prestación de servicios relacionados con los mismos rubros; la representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y la comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general y la realización de inversiones en sociedades dedicadas a la producción, compra, venta, distribución, importación, exportación y comercialización de toda clase de vinos, licores, cervezas y bebidas alcohólicas y analcohólicas y de las materias primas de las mismas.

Capital Suscrito y Pagado	M$ 5.139.399
Porcentaje de Tenencia	99,9999%
Inversiones Sobre Activo de la Matriz	1,7711%

DIRECTORIO
Presidente:
Javier Bitar Hirmas
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Directores:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo,
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Germán Del Río López
(Gerente de Administración y Finanzas
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:
Carlos López Dubusc

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Comercialización de vinos por cuenta propia y de terceros.

RELACIONES COMERCIALES CON LA MATRIZ DURANTE 2010
Viña San Pedro Tarapacá S.A. le otorga soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

RAZÓN SOCIAL
Vitivinícola del Maipo S.A.

RUT: 96.757.010 - 9
Sociedad Anónima Cerrada Chilena
Av. Vitacura 4380, piso 6, Vitacura, Santiago

OBJETO SOCIAL
La actividad vitivinícola en general, la elaboración, comercialización, importación y exportación de vinos y licores por cuenta propia, o ajena, y la prestación de servicios relacionados.

Capital Suscrito y Pagado: M$ 15.444
Porcentaje de Tenencia: 100,0000%
Inversiones sobre Activo de la Matriz: 0,4272%

DIRECTORIO
Presidente:
Javier Bitar Hirmas
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Directores:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Germán Del Río López
(Gerente de Administración y Finanzas,
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo Viña
San Pedro Tarapacá S.A.)

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Vitivinícola del Maipo S.A. es fundamentalmente una comercializadora de vinos finos tanto en Chile como en el extranjero.

RELACIONES COMERCIALES CON LA MATRIZ DURANTE 2010
Viña San Pedro Tarapacá S.A. presta servicios de elaboración y de envasado de vinos a Vitivinícola del Maipo S.A. y le otorga soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

RAZÓN SOCIAL
Transportes y Logística Sursol S.A.

RUT: 99.568.350 - 4
Sociedad Anónima Cerrada Chilena
Av. Vitacura 4380, piso 6, Vitacura, Santiago

OBJETO SOCIAL
El transporte, distribución y comercialización de mercadería, de carga y fletes en el territorio nacional y/o el extranjero, vía terrestre, aérea o marítima, mediante medios de transporte propios o de terceros, en vehículos propios, arrendados o en leasing; transporte de pasajeros en cualquiera de sus formas, arriendo de maquinarias y equipos, por cuenta propia o ajena; comercialización de insumos para transporte como combustibles, lubricantes, repuestos, piezas y accesorios para vehículos motorizados y prestación de servicios de mantenimiento y reparación de vehículos motorizados; la administración y explotación a cualquier título de vehículos de trasporte y la representación de personas naturales o jurídicas que presten servicios, arrendamiento de todo tipo de vehículos motorizados, sean de paseo, pasajeros, turismo y/o de carga y toda clase de servicios por medio de tales vehículos; arrendamiento de bienes inmuebles tales como bodegas o centros de almacenamiento o similares; movimiento de carga en todas sus formas, preparación de embalajes para el transporte relacionado con la industria de bebidas alcohólicas y analcohólicas, distribución y colocación de mercadería o productos en puntos de venta incluyendo los diversos canales de distribución, labores administrativas u otros oficios afines y en general toda otra actividad relacionada con las anteriores.

Capital Suscrito y Pagado: M$ 12.433
Porcentaje de Tenencia: 100,0000%
Inversiones sobre Activo de la Matriz: 0%

DIRECTORIO
Presidente:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Directores:
Javier Bitar Hirmas
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Germán Del Río López
(Gerente de Administración y Finanzas, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:
Alejandro Beckdorf Montesinos

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Transporte, distribución y comercialización de mercaderías de carga y fletes en el territorio nacional y extranjero, arriendo de maquinaria y equipos por cuenta propia y ajena, administración y explotación a cualquier título de vehículos de transporte.

RELACIONES COMERCIALES CON LA MATRIZ DURANTE 2010
Viña San Pedro Tarapacá S.A. presta soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

II.- Informe Sobre Filiales en el Extranjero

RAZÓN SOCIAL
Finca La Celia S.A.

CUIT: 30-70700488-2
Sociedad Anónima Cerrada Argentina
Av. España N° 1340, piso 6, Mendoza, Argentina

OBJETO SOCIAL
La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas. La explotación, administración y arriendo, por cuenta propia o ajena, de predios agrícolas, bodegas, viñedos y establecimientos comerciales del rubro vitivinícola. La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de toda clase de bebidas, sean estas vinos, licores, cervezas o de cualquier naturaleza, alcohólicas y de las materias primas de las mismas. El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden. La prestación de servicios relacionados con los mismos rubros. La representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general.

Para su cumplimiento, la sociedad tendrá plena capacidad jurídica para adquirir derechos, contraer obligaciones y realizar todo tipo de actos y operaciones relacionadas con su objeto, que no estén prohibidos por la ley o por sus estatutos.

Capital Suscrito y Pagado: M$ 6.126.369
Porcentaje de Tenencia: 99.9286%
Inversiones sobre Activo de la Matriz: 1,342%

DIRECTORIO
Presidente:
Ernesto Edwards Risopatrón

Directores:
Marcelo Minen
Federico Busso

Suplentes:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo Viña
San Pedro Tarapacá S.A.)

Gustavo Romero Zapata
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Javier Bitar Hirmas
(Gerente General, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:
Marcelo Srbovic

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Elaboración de vinos finos con cepas producidas en la finca y adquiridas a terceros. Estos vinos, que se comercializan bajo las marcas "La Celia", "La Consulta", "Furia", "Angaro" y "Magallanes", se destinan tanto al mercado argentino como al de exportaciones.

RAZÓN SOCIAL
Finca Eugenio Bustos S.A.

CUIT: 30-70788222-7
Sociedad Anónima Cerrada Argentina
Av. España N°1340, piso 6, Mendoza, Argentina

OBJETO SOCIAL
Comerciales: Mediante la compra y venta y/o permuta, distribución, importación, exportación y comercialización de productos y subproductos agrícolas, en especial relacionados a la vitivinicultura; de mercaderías, maquinarias, bienes muebles en general y sin restricción alguna; patentes de invención, marcas, diseños y modelos industriales relacionados con la actividad agrícola y alimenticia; la prestación de servicios relacionados con esa actividad; comisiones, mandatos, consignaciones y representaciones. Industriales: Mediante la producción, industrialización, fabricación, transformación o elaboración, distribución, importación y exportación de productos y subproductos agrícolas y de toda clase de bebidas con o sin alcohol; sean éstas vinos, licores, cervezas, jugos y de las materias primas de las mismas. Agropecuarias: Mediante la explotación y administración en todas sus formas de establecimientos y predios agrícolas, especialmente bodegas y viñedos.

Capital Suscrito y Pagado	M$ 1.601
Porcentaje de Tenencia	99,9286%
Inversiones sobre activo de la Matriz	0,0269%

Director y Presidente:
Mario Toso

Director Suplente:
Alfredo Zavala Jurado

Principales Actividades
La comercialización de vinos producidos y embotellados bajo las marcas "Don Eugenio", "Amancay", "Altivo" y graneles.

RAZÓN SOCIAL
Bodega Tamarí S.A.

CUIT: 30-708853409
Sociedad Anónima Cerrada Argentina
Av. San Martin 709, piso 2, oficina 4, Mendoza, Argentina

OBJETO SOCIAL
Dedicarse por cuenta propia, de terceros o asociados a terceros, en cualquier parte de la República Argentina o del exterior, por sí o mediante el concurso de profesionales, técnicos o idóneos contratados para tal fin; a las siguientes actividades: a) Agropecuarias: mediante la explotación de actividades vitivinícolas, olivícolas, frutícolas, hortícolas, cereales, forrajeras, oleaginosas y pasturas que impliquen la realización de cultivos permanentes y la producción de sus frutos, ya sean para faz comercial o destinadas a su industrialización. La habilitación de tierras incultas y explotación de aquellos cultivos promovidos por las leyes especiales. Forestación y deforestación mediante la explotación de plantaciones nuevas o ampliación de las existentes, montes naturales o artificiales por cuenta propia o de terceros, así como también el pago por derecho de mote. La actividad ganadera en todas sus etapas comprendiendo hacienda vacuna, lanar, caprina, caballar, porcina y establecimientos de granja, explotación de tambos, cabañas, efectuar invernadas, cruzas y mejoramiento de razas, con utilización directa o indirecta de inseminación artificial. b) Industriales: Mediante la fabricación, embotellador packaging, industrialización, trasformación, manufactura, elaboración y utilización de productos y subproductos derivados de actividades vitivinícolas, olivícola, agrícolas, forestales, ganadera, pesqueras, químicas y agroquímicas. Podrá efectuar la construcción, instalación y remodelación de equipos y establecimientos fabriles, bodegas, frigoríficos, secaderos y acopiamientos destinados a la fabricación y comercialización de productos y subproductos enumerados en este artículo. c) Comerciales: Mediante la compraventa, importación, explotación, distribución, representación, intermediación, comisión, consignación y permuta de productos y subproductos derivados de actividades vitivinícolas, especialmente vides, vinos finos, premium, super-premium, olivícola, forestales, ganaderas, pesqueras, químicas y agroquímicas. d) Construcciones: Edificación, urbanización, loteos y subdivisión de inmuebles urbanos, suburbanos, rurales e industriales, colonización de tierras y construcciones de edificios públicos y privados, caminos, canales, calles, viaductos, acueductos, hidráulicas, de electricidad, sanitarias, y en especial aquellas vinculadas con los sistemas de refrigeración industrial, prevención de incendios, y otros siniestros, riesgos, riego por goteo y por aperción. Como empresa de construcciones mediante el cálculo, proyecto, supervisión, dirección y ejecución de las mismas por sistemas convencionales o prefabricados o cualquier otra forma no tradicional de construcción de edificios y/o viviendas públicas o privadas, incluso en propiedad horizontal. Podrá efectuar la construcción, instalación y remodelación de equipos y establecimientos fabriles, bodegas, frigoríficos, secaderos y acopiamientos destinados a la fabricación y comercialización de los productos y subproductos enumerados en este artículo. e) Mandatos y representaciones: Mediante la representación y ejecución de toda clase de mandatos y representaciones, en forma directa o indirecta, a particulares, empresas privadas o mixtas, públicas, nacionales, provinciales o municipales. Autárquicas o descentralizaras del país o del extranjero vinculadas a su actividad, facturando y percibiendo por tales presentaciones, en todos los aspectos, cualquier tipo de remuneración en las distintas formas o modalidades que supongan los mismos. Podrá igualmente efectuar sus prestaciones mediante sus presentaciones en licitaciones y/o concursos privados o públicos del país y del extranjero, aceptando y ejecutando las adjudicaciones que tuvieren lugar en las condiciones estipuladas en cada caso. f) Exportadora e importadora: De los productos derivados de las actividades detalladas anteriormente.

Capital Suscrito y Pagado:	M$ 1.367.836
Porcentaje de Tenencia:	100,000 %
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	0,403%

DIRECTORIO
Presidente:
Gustavo Romero Zapata
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Directores:
Daniel Maranesi
Ricardo Milán

Suplentes:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Patricia Ann Isagro

Gerente General:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Elaborar y comercializar vinos finos, con uvas provenientes principalmente del Valle de Mendoza, Argentina.

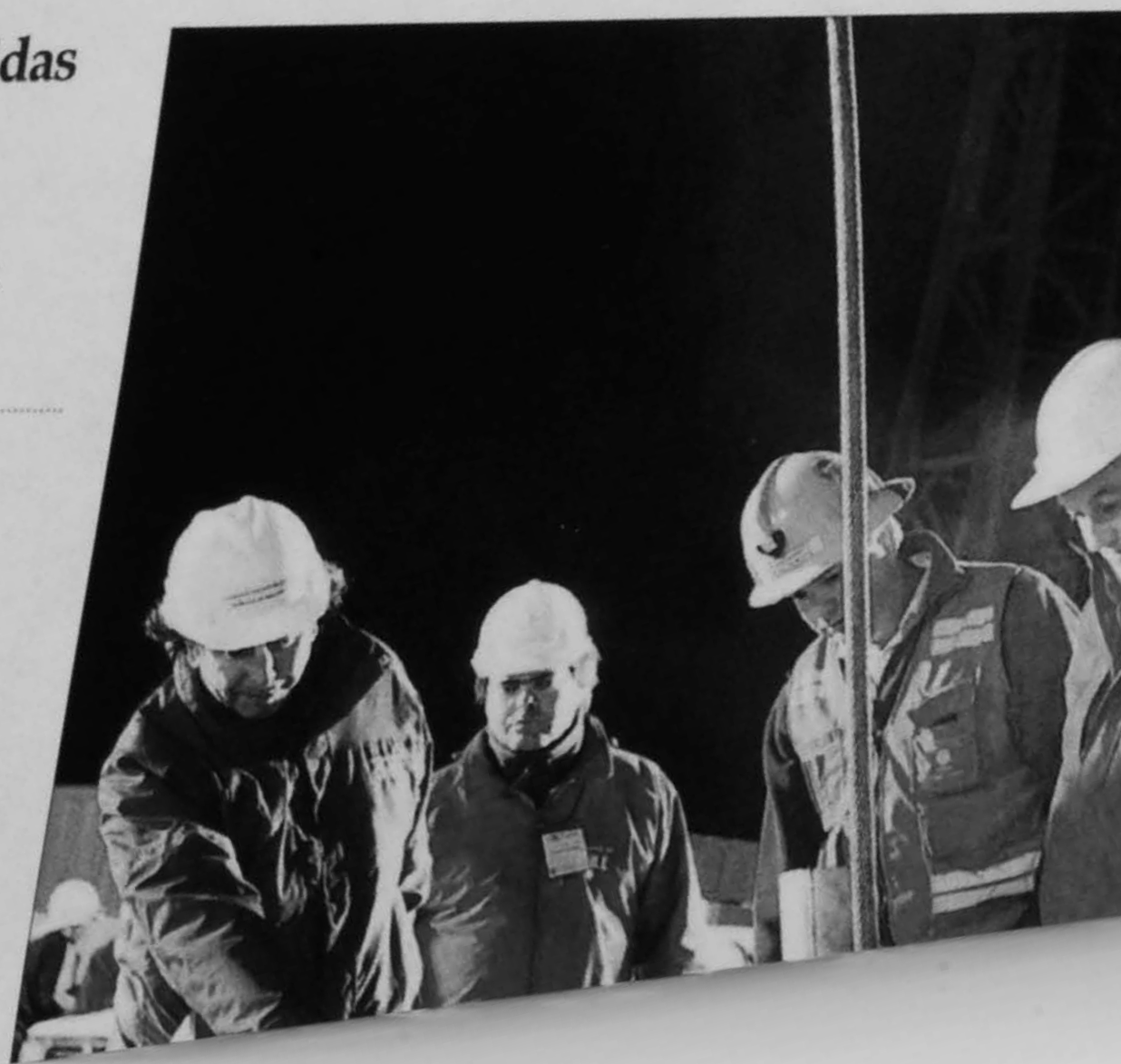
EL MERCU
www.emol.com
EDICIÓN DE 68 PÁGINAS
NDADO EN VALPARAÍSO EL 12 DE SEPTIEMBRE DE 1827 / AÑO CLXXXIV N° 63.800 / MCR • SANTIAGO DE CHILE, MIÉRCOLES 13 DE OCTUBRE DE 2010
Emol.com

Luego de 69 días de angustia que conmovie

Chile protagoniza el mayo en la historia de la min

ncio Ávalos y Mario Sepúlveda encabezan la lista del aje, seguidos de Juan Illanes y Carlos Mamani.

A las 23 horas descendía el pr de la cápsula Fénix 2, que hizo



rias desconocidas 'Operación renzo"

derrumbe en la mina, el ol informativo y el otro e angustió a los 33.

Golborne a Vamos a esta piedra r a ustedes"

les envió un video és de encontrarlos, do lo que se hizo para

s técnicos, los

RAZÓN SOCIAL
VSPT Limited

Sociedad Cerrada de
Responsabilidad Limitada por Acciones
Domicilio: Inglaterra y Gales

OBJETO SOCIAL
Venta, distribución, importación y exportación de bebidas alcohólicas, por cuenta propia o en representación de terceros.

Capital Suscrito:	2 Libras esterlinas
Porcentaje de Tenencia:	100,0000 %
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	0%

DIRECTORIO:
René Araneda Largo
(Vicepresidente Ejecutivo Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

III.- Informe Sobre Coligada

RAZÓN SOCIAL
Viña Valles de Chile S.A.

RUT: 99.531.920-9
Sociedad Anónima Cerrada Chilena
Avenida del Parque 4161 oficina 203, Huechuraba, Santiago

OBJETO SOCIAL
(a) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos vitivinícolas. b) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación, y exportación, por cuenta propia o ajena de vinos y licores y de las materias primas de los mismos. c) El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de vinos y licores, y de las materias primas de los mismos. d) La explotación de marcas comerciales. e) La prestación de servicios relacionados con los rubros señalados en las letras a) a d) anteriores. f) La representación de empresas nacionales y extranjeras en relación con los rubros y actividades señalados en las letras a) a e) anteriores. g) En general, la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los rubros y actividades señalados en las letras a) a f) anteriores.

Capital Suscrito y Pagado:	M$ 20.097.448
Porcentaje de Tenencia:	50,0%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	2,81%

DIRECTORIO
Presidente:
Felipe Joannon Vergara
(Director, Viña San Pedro Tarapacá S.A.

Directorio:
Nicolás Luksic Puga
Javier Bitar Hirmas
(Gerente General, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
René Araneda Largo
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Patricio Jottar Nasrallah
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)
Fernando de Solminihac Tampier

Gerente General:
Gustavo Llona Tagle

PRINCIPALES ACTIVIDADES
Esta sociedad tiene por objeto producir vinos finos en la zona del Norte de Chile, en el Valle del Limarí y en la zona central, en el Valle de Leyda, destinados al mercado nacional y principalmente al mercado de exportaciones.

RELACIONES COMERCIALES CON LA COLIGANTE
Viña San Pedro Tarapacá S.A. presta servicios de apoyo administrativo en las áreas de abastecimiento, financieras, contabilidad, informática, administración general y asesoría jurídica.

360 SUSTENTABLE
Eco-Friendly Winemaking
be360.cl

EL GRUPO SAN PEDRO TARAPACÁ LANZÓ SU ENFOQUE 360°SUSTENTABLE —*ECO FRIENDLY WINEMAKING*—, QUE ABARCA EL COMPROMISO DE LAS VIÑAS DEL GRUPO DE SER SUSTENTABLES EN TODO SU ACTUAR, PREOCUPÁNDOSE POR SUS COMUNIDADES, COLABORADORES, MEDIO AMBIENTE, CLIENTES Y CONSUMIDORES, PROCURANDO QUE SUS ACCIONES DEJEN UN MEJOR MUNDO A LAS GENERACIONES FUTURAS. SE IMPLEMENTARON ACTIVAS CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN INTERNA Y EXTERNA, Y SE LANZARON PROYECTOS E INICIATIVAS EN CADA VIÑA.

INFORME DE SUSTENTABILIDAD

1. Informe Social

SINDICALIZACIÓN

La empresa ha mantenido en forma permanente excelentes relaciones con los sindicatos que la conforman y esto se refleja en los procesos de negociación colectiva que se desarrollaron durante el año, los cuales se cerraron exentos de conflictos. Estas buenas relaciones se basan en la colaboración mutua, reuniones mensuales, buenos canales de comunicación, mucho respeto y transparencia.

Durante el año 2010 se materializaron exitosamente cuatro negociaciones colectivas con organizaciones sindicales de la Sociedad.

En los meses de junio y noviembre de 2010 se realizaron con éxito las primeras negociaciones colectivas con las organizaciones sindicales de Vitivinícola del Maipo y Misiones de Rengo, respectivamente.

En junio y septiembre de 2010 se llevaron a cabo con éxito las negociaciones colectivas con los Sindicatos N°2 de Santiago, y San Pedro y San Miguel de Molina, organizaciones que representan a los colaboradores de los centros de trabajo de Santiago y Molina Agrícola, pertenecientes principalmente a las áreas de ventas, mantención, bodega de vinos y al personal agrícola de los distintos predios de la empresa.

El cierre exitoso de estas negociaciones colectivas 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 a través de reuniones periódicas con sus dirigentes. Estos encuentros tienen la finalidad de conocer las diversas necesidades e inquietudes de los trabajadores y dar respuestas y soluciones oportunamente.

Equipo de Enólogos del Grupo VSPT.

CLIMA LABORAL

La Encuesta Anual de Clima Laboral es un importante indicador de sustentabilidad para VSPT. Una vez al año, la empresa aplica esta encuesta en forma voluntaria, anónima y confidencial, que mide el nivel de satisfacción de todos los trabajadores de la empresa.

Este sondeo, realizado por noveno año consecutivo en todas las viñas pertenecientes al Grupo San Pedro Tarapacá, arrojó en el año 2010 un indicador promedio de 70% de satisfacción. Este resultado fue 1 punto porcentual superior al del año anterior (en términos consolidados).

Es importante destacar que la encuesta capturó los niveles de satisfacción en un período bastante crítico a nivel nacional y principalmente en la industria, debido al terremoto vivido en febrero de 2010, hecho que afectó incrementando la demanda de trabajo requerida en el desarrollo de la organización, para cumplir oportunamente con los requerimientos del mercado a nivel nacional e internacional. Una situación que demostró el compromiso y valoración del personal por colaborar y pertenecer a esta compañía.

Los resultados de la Encuesta de Clima son presentados a todas las áreas de la empresa, con el fin de definir en conjunto planes de acción que permitan mejorar las variables con indicadores bajo lo esperado.

Sumado a esto, se realizó un proceso de evaluación ascendente, donde los trabajadores califican a sus jefaturas en materia de liderazgo y otras, con el objetivo de potenciar las competencias de sus líderes y así, mejorar la gestión, el desempeño grupal e individual, y el desarrollo de sus trabajadores a cargo.

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL

Durante el año 2010 el Grupo San Pedro Tarapacá realizó 219 acciones de capacitación, con un total 22.889 horas para desarrollar y potenciar a sus colaboradores en los distintos centros de trabajo. La meta es contar con personal altamente calificado para responder a los desafíos que demanda día a día el exigente mercado de esta industria. En total, se capacitaron 927 trabajadores de distintos niveles jerárquicos, según se detalla en el siguiente cuadro:

Cargos	Trabajadores Capacitados
GERENTES	10
EJECUTIVOS	24
PROFESIONALES Y TECNICOS	313
VENTAS	34
EMPLEADOS	116
OPERARIOS	430
TOTAL	927

El monto total invertido en las acciones de capacitación indicadas, fue de MM $106,9.

Actividades de capacitación OCA.

Harpers Wine&Spirit TRADES REVIEW

NEWS

Chilean exporter goes green

VSPT, the second-largest producer and third major exporter of Chilean wine, has signed an energy-efficiency agreement, so its products will now be cleaner and greener. It is part of its continued pledge to

ó 26% el consumo de agua

iña San Pedro anunció una serie de medidas sustenta-
de ahorro y uso racional del agua en su planta en Mo-
Valle de Curicó, las cuales han permitido disminuir
26% el consumo hídrico entre los años 2008 y 2009.

IN BRIEF

VINA SAN Pedro Tarapacá has signed an Energy Efficiency Agreement. For the scheme, 40 opportunities throughout the group's wineries have been identified as being potentially beneficial from energy efficiency, 16 of which are already being implemented. The opportunities include every aspect of wine production from vineyard management to transportation. The group is also running a corporate social responsibility scheme in which workers can finish their education or apply for a study scholarship. Chile's second largest winery group has also revealed it has reduced its water usage by 25% since 2006 while confirming the launch of its Castillo de Molina and 35°South Reserva ranges in Ecoglass bottles.

VSPT | WINE GROUP

360 SUSTAINABLE Community & Environment

Dentro de estas actividades, destacó la continuación del Programa de Nivelación de Estudios, cuyo objetivo es que todos los trabajadores de la empresa puedan contar con enseñanza media completa. Este año participaron 30 trabajadores de las Plantas Lontué y Molina.

Además, las Áreas Agrícolas de los distintos predios que componen VSPT renovaron sus credenciales de uso y manejo de plaguicidas, acreditadas por el SAG, previa capacitación en el uso de elementos químicos acorde con la normativa vigente. También, se realizaron acciones de capacitación a un grupo de trabajadores en las distintas Normas de Actualización Estándar de IFS (Mercados Europa Central) y BRC (Mercado Inglés), con la finalidad de mantener las certificaciones internacionales que se realizan anualmente en la industria vitivinícola para acceder a los distintos mercados extranjeros. Otras acciones importantes en materia de capacitación fueron la continuación de los cursos de idioma inglés, portugués y chino mandarín en Santiago, Molina y Lontué, abarcando personal de las áreas de Exportaciones, Marketing, Administración, Enología y Envasado, entre otras. Asimismo, se realizaron cursos de computación en sus distintos niveles en todos los centros de trabajo y áreas que componen el Grupo VSPT.

La compañía además continuó la implementación del proceso de Optimización de la Cadena de Abastecimiento (OCA), en sus diferentes procesos productivos de Planta Molina, con el objeto de llegar a ser un productor de clase mundial, lo que ha significado capacitar a todos los trabajadores que forman parte de la cadena productiva.

Por otra parte las viñas San Pedro, Tarapacá, Santa Helena, Viña Mar y Casa Rivas, participaron en el programa de subsidio Pro Empleo, que se desarrolló en conjunto con el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) de cada región, logrando incorporar un total de 372 trabajadores de temporada, los que fueron capacitados y reincorporados al mundo laboral y, a su vez, mejoraron sus posibilidades de empleabilidad.

PREVENCIÓN DE RIESGOS

VSPT siempre está velando por la salud y seguridad de todo el personal que trabaja en sus instalaciones, lo que se manifiesta en la baja ocurrencia de accidentes graves. Este es un proceso en constante mejora entre la supervisión de las plantas y el Área de Prevención de Riesgos.

En el año 2010 aumentó levemente la masa laboral y también la cantidad de accidentes y días perdidos, lo que se reflejó en la Tasa de Accidentabilidad y Tasa de Siniestralidad, respectivamente. Sin embargo, los indicadores son muy buenos y se encuentran por debajo de la media nacional. En el período, destacaron con indicadores muy bajos las siguientes filiales: Viña Santa Helena, Viña Misiones de Rengo, Viña Mar y Vitivinícola del Maipo.

En cuanto a certificaciones, en el mes de noviembre se realizó la recertificación de la Norma OHSAS 18.001, versión 2007 para la Planta Molina, y en diciembre, para la Planta San Fernando.

No se puede dejar de mencionar el Terremoto que afectó al país en febrero de 2010, donde afortunadamente ninguno de nuestros trabajadores protagonizó algún incidente grave. Esto, gracias a la actitud del personal que se encontraba en los turnos de trabajo y a los Planes de Emergencia implementados en cada una de las instalaciones del Grupo VSPT.

OCA: en camino a ser un productor de clase mundial.

2. Calidad

CERTIFICACIONES

En concordancia con el objetivo de tener procesos eficientes y amigables con el medioambiente y de ofrecer máxima calidad en sus productos, VSPT es uno de los grupos vitivinícolas con el mayor número de certificaciones en calidad, gestión ambiental y seguridad de la industria local.

Viña San Pedro logró en diciembre la recertificación de su Sistema Integrado de Gestión (SIG) – certificado desde noviembre de 2004 por Bureau Veritas Certification– que comprende las normas ISO 9001 Gestión de Calidad, ISO 14001 Gestión Ambiental y OHSAS 18001 Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, de sus instalaciones de Planta Molina, oficinas centrales y centro de distribución.

Además, San Pedro está certificado en ISO 22000: 2007 Inocuidad Alimentaria, desde el 2009, cumpliendo con todas las auditorías de seguimiento para su planta Molina.

Sumado a lo anterior, San Pedro obtuvo nuevamente la certificación de las Normas para Productos Alimentarios BRC (British Retail Consortium) e IFS (International Food and Standard), en Higher Level. En estos estándares, la viña está inscrita en la modalidad No Anunciada desde el año 2008, lo cual es altamente apreciado en los mercados británicos, alemanes, franceses, españoles e italianos, donde las cadenas de supermercados siempre prefieren a los clientes que tengan ese tipo de auditorías.

Por su parte, también Santa Helena logró la recertificación de su SIG, certificado desde el año 2006¬ y que comprende HACCP, las normas ISO 9001 Gestión de Calidad, ISO 14001 Gestión Ambiental y OHSAS 18001 Gestión Seguridad y Salud Ocupacional, en sus instalaciones de San Fernando.

Igualmente, Finca La Celia tiene su SIG certificado y obtuvo durante el año 2008 la certificación en ISO 22000:2007 de Inocuidad Alimentaria.

En tanto, Viña Tarapacá estableció un sistema de Gestión Medioambiental que fue aprobado y certificado por Lloyd´s Register Quality Assurance, de acuerdo con la norma ISO 14.001-2004, lo que implica que esta viña realiza sus actividades vitivinícolas en armonía con el entorno y se encuentra comprometida con un programa de mejoramiento continuo de su gestión ambiental. Tarapacá también tiene certificada su bodega de Isla de Maipo en BRC, certificación que involucra la certificación HACCP.

Durante el 2010 se inició la implementación de HACCP en todas las demás bodegas del grupo (Altaïr, Misiones de Rengo y Viña Mar).

Un punto muy relevante para VSPT fue el lanzamiento de la implementación del programa de Optimización de la Cadena de Abastecimiento (OCA) en su Planta Molina, como plan piloto y primer paso hacia un futuro de clase mundial. Durante el período, se logró consolidar el programa OCA y se realizó el roll out hacia otras áreas de la Planta Molina, abarcando las líneas de Envasado y el Área Varietales, de Enología.

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 se logra mediante un intenso programa de capacitaciones y la participación activa y consistente de todos los colaboradores, con el objetivo final de convertirse en un productor de clase mundial.

Equipo de Sustentabilidad Grupo VSPT.

Hasta ahora, OCA había sido implementado en otras empresas de la matriz CCU, siendo San Pedro la primera del grupo de viñas en implementarlo, en vistas a difundirlo a las demás bodegas, a medida que se vayan cumpliendo las etapas.

3. Medioambiente

El Grupo San Pedro Tarapacá mantiene un firme compromiso con la máxima calidad de sus productos, así como una firme preocupación y respeto por el medio ambiente y las comunidades donde el conjunto de viñas está inmerso. VSPT trabajó en el fortalecimiento y la expansión de su estrategia de desarrollo sustentable en su conjunto, la cual se consolidó en el denominado enfoque 360°Sustentable, que se irá concretando en forma particular en cada una de las viñas. Este año 2010, se invirtieron más de UF 13.500 en proyectos medioambientales y de eficiencia energética.

Este compromiso se viene expresando desde hace mucho tiempo a través de la implementación de prácticas amigables con el entorno, las cuales incluyen el manejo integrado de los viñedos en todos los campos del grupo. Se trata de 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 los impactos nocivos al medio ambiente.

VSPT tiene un porcentaje de sus viñedos bajo manejo orgánico; plantaciones que son certificadas desde el año 2006 por el organismo alemán BCS Öko Garantie. Además, todas las viñas del grupo son miembros del Acuerdo de Producción Limpia Vitivinícola desde el año 2006.

Otras iniciativas del grupo son sus programas de reforestación (20 ha de Quillayes en Molina y 30 ha de Álamos en Isla de Maipo), tratamiento de residuos de última generación, compostaje de sus residuos productivos orgánicos, para mejorar la calidad de sus tierras y reciclaje (por ejemplo, Molina tiene un manejo que recupera más del 90% de los residuos sólidos y en todas las instalaciones se lanzó una campaña para separar y reciclar basura, con contenedores de colores).

El Grupo San Pedro Tarapacá ha desarrollado importantes programas de uso racional del agua, con el que ha logrado una reducción de hasta un 30% de la cantidad de agua usada en la producción de vino en Molina desde el 2007. En su Planta Lontué, se ha disminuido en un 10% el consumo de agua logrando así, un consumo específico de 2 L de agua por cada litro de vino producido. En Isla de Maipo, tienen muy bajos consumos de agua, que varían entre los 1,5 y 1,8 L de agua por litro de vino producido, producto de una muy buena gestión.

San Pedro, hemos concretado un proy
rgética a través de paneles solares térm
tirán aportar agua caliente para las et
del vino y relleno de calderas de vapor de
va posibilitará a la viña reducir aproxima
as de emisiones de CO_2 al año.

Inserto de la empresa CGE en La Segunda, nov. 2010.

Campaña de reciclaje en plantas VSPT.

Voluntariado VSPT para reconstruir casas en Curicó, post terremoto.

En términos de eficiencia energética, se ha implementado el reemplazo de motores por nuevos de alta eficiencia, luminarias de bajo consumo, la adecuación de transformadores y la instalación de variadores de frecuencia. Esto ha permitido disminuir en un 2% la energía eléctrica y térmica usada en Molina y un 30% en Lontué. Además, se finalizó el año 2010 con la instalación de paneles solares en Molina para el calentamiento de agua, lo cual permitirá disminuir el uso de combustibles, generando ahorros de 1.100.000 MJ aproximadamente.

Asimismo, Viña Tarapacá tomó acciones concretas ante al problema del cambio climático y comenzó la evaluación de una serie de proyectos de eficiencia energética para su planta de Isla de Maipo. En este sentido, una de las primeras medidas tomadas es la implementación de 30 lámparas solares en cinco naves industriales, que reemplazan 30 lámparas de 400 W cada una, generando un ahorro anual de 34.560KWh.

Adicionalmente, desde septiembre del 2009, VSPT comenzó a implementar botellas 14% más livianas, logrando embotellar ya varias de sus marcas de exportación (Castillo de Molina en algunas cepas, 35 Sur Reserva, GatoNegro, Tarapacá Reserva, Santa Helena Varietal, Selección del Directorio, Santa Helena Reserva y Misiones de Rengo Reserva), con 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.

4. RSE

El énfasis del Grupo San Pedro Tarapacá es extender el ámbito de sus acciones sustentables, más allá de los temas de inherente connotación medioambiental. El objetivo es abarcar la responsabilidad social, que implica un apoyo más global a los trabajadores y sus familias, así como una contribución planificada a largo plazo hacia las comunidades en las cuales VSPT y sus viñedos están inmersos, y también, tener siempre en consideración a sus clientes y consumidores.

Los trabajadores son los primeros destinatarios de este espíritu y para ellos se han creado programas que mejoran su calidad de vida, tales como educación, actividades recreacionales y culturales. Además, se apoya a los colaboradores de los centros de trabajo para que terminen sus estudios superiores, y/o completen cursos de mecánica/electricidad y alcancen el título de Operadores Mantenedores a través de un convenio con la Universidad Tecnológica Inacap. En este sentido, más de 200 colaboradores han logrado sus metas. VSPT también solventa carreras técnicas y profesionales de trabajadores que demuestran potencial de crecimiento y desarrollo en la empresa. Actualmente, hay cuatro trabajadores cursando carreras profesionales.

De igual forma, los trabajadores pueden obtener certificación de sus competencias laborales, a través de reconocidas instituciones educacionales, por la experiencia que han adquirido a través del tiempo en sus labores desarrolladas en la empresa. Cada año se han certificado más de 100 trabajadores pertenecientes a las distintas viñas.

Por otra parte, se ha trabajado en mejorar la calidad de vida de todos los trabajadores, de tal manera que puedan dedicar más tiempo a sus familias. Por ello, se han implementado acciones como otorgar días libres adicionales al feriado legal a las trabajadoras que tienen hijos menores de 12 años, con la finalidad de que puedan compartir con sus hijos en el período de vacaciones de invierno. Además, en todos los centros de trabajo operativos se organizan

Fiesta de Navidad en Jardín Infantil Las Uvitas, San Fernando.

Guardería Infantil Trivilyn, de Finca La Celia en Argentina.

paseos anuales para el trabajador y su grupo familiar.

Adicionalmente, se desarrollan actividades deportivas durante todo el año, contando con tres recintos deportivos en óptimas condiciones que ayudan a fomentar la participación del personal. Se financia parte de las actividades internas, se impulsa la participación en los distintos campeonatos regionales y se apoya la entretención familiar. Todo esto permite que los trabajadores mantengan una vida saludable, se estimule el trabajo en equipo y mejoren las relaciones laborales. Durante el año 2010 se realizó en regiones el Segundo Campeonato de Futbolito "Copa Cabernet", que finalizó con un Campeonato de Campeones.

VSPT cuenta también con policlínicos de primeros auxilios en todas las instalaciones, atendidas por paramédicos para prestar las primeras atenciones en caso de accidente y/o algún problema de salud que se presente durante la jornada de trabajo. Incluso, en algunos centros de trabajo existen instalaciones de consulta médica, donde profesionales del área de la salud, contratados por la compañía, atienden en forma gratuita a los trabajadores y su grupo familiar. Asimismo, se realizan operativos oftalmológicos para el trabajador y su grupo familiar.

Siguiendo el principio de actuar como "buen vecino" y fomentar la solidaridad, el Grupo San Pedro Tarapacá y sus colaboradores participan en actividades de apoyo en las zonas donde se encuentran establecidos, a través de aportes de diversa índole a escuelas, hogares y organizaciones de la comunidad.

En un ejemplo de estas iniciativas de RSE, Viña Santa Helena inauguró su apoyo a la comunidad circundante, a través de una serie de actividades voluntarias en el Jardín Infantil Las Uvitas, cercano a la bodega.

Adicionalmente, VSPT está consciente de la importancia de beber con responsabilidad, implementando en Chile una completa gama de advertencias del tipo: "Consuma con Responsabilidad", que aparecen en las etiquetas y material promocional de los vinos, incluyendo muchos elementos que no son obligatorios por ley. Durante el año, se trabajó en la preparación de un proyecto de educación de consumo responsable para los trabajadores, orientado hacia ellos y sus familias, bajo el lema de "Descorcha con Responsabilidad". Éste se implementará durante el año 2011 en todos los centros de trabajo.

Por último, el Grupo San Pedro Tarapacá en conjunto con sus trabajadores realizó una acción solidaria para dar solución habitacional a todos aquellos colaboradores que quedaron damnificados producto del terremoto del día 27 de febrero. En un período de 45 días se logró reconstruir un total de 13 casas que habían resultado totalmente dañadas. También se entregaron aportes en dinero a más de 100 trabajadores para la reparación de sus viviendas y se organizaron colectas y voluntariados, a través de los cuales muchos colaboradores fueron a reconstruir casas a zonas muy abatidas en el sur de Chile.

ESTADOS FINANCIEROS

VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ S.A. Y FILIALES
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010

LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS COMPLETOS, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010, ASÍ COMO EL CONTENIDO DE LA PARTE INSTITUCIONAL, SE ENCUENTRAN EN CD ADJUNTO A ESTA MEMORIA Y TAMBIÉN, EN LA PÁGINA WEB CORPORATIVA DE LA COMPAÑÍA, WWW.VSPTWINES.CL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Guillermo Luksic Craig
Presidente
Rut: 6.578.597-8

Giorgio Maschietto Montuschi
Director
Rut: 4.344.082-9

René Araneda Largo
Vicepresidente Ejecutivo
Rut: 5.849.993-5

Philippe Pasquet
Director
Rut: 48.090.105-3

Domingo Cruzat Amunátegui
Director
Rut: 6.989.304-K

Gustavo Romero Zapata
Director
Rut: 5.546.329-8

Felipe Joannon Vergara
Director
Rut: 6.558.360-7

José Luis Vender Bresciani
Director
Rut: 5.024.651-5

Patricio Jottar Nasrallah
Director
Rut: 7.005.063-3

Javier Bitar Hirmas
Gerente General
6.379.676-K

La presente Declaración de Responsabilidad ha sido suscrita por los Directores y por el Gerente General, conforme lo dispone la Norma de Carácter General N° 283, cuyas firmas constan en los ejemplares que han sido enviados a la Superintendencia de Valores y Seguros.

Santiago, abril de 2011.

Diseño y Producción
LEADERS

Impresión
Fyrma Gráfica

Contenido y Edición
Verónica Steinbrügge

Todos los recortes de prensa utilizados en esta Memoria Anual corresponden a artículos y reportajes verdaderos, publicados en los siguientes medios de comunicación escrita, nacionales e internacionales:

El Mercurio, El Mercurio de Antofagasta, La Tercera, La Segunda, Las Últimas Noticias, La Cuarta, Diario Financiero, Estrategia, Revista Capital, Revista Placeres, Revista Epicuro, Revista La Cav, BC Magazine, Revista Chef&Hotel, Revista Viajando, Apuntes de Sobremesa (web), Revista Cosas, Revista Luz, Estilo Canning (Arg), RSVP-Novedades (Arg), Drinks Business (RU), Harpers Wine&Spirit Magazine (RU), Off Licence News (RU), Helsinki Times (Fin).

San Pedro Tarapacá y la evaluación a dos años de su fusión

▸ La firma generó las sinergias que preveía. Pero **los cambios en el mercado externo se verán con el tiempo**, dice su gerente general.

▸ **En el mercado nacional es donde m... aprovechado el trabajo conjunto.** ... ganancias ha sido el volumen de s...

A dos años de la fusión entre las viñas San Pedro, controlada por el grupo Luksic, y Tarapacá, del grupo Fósforos, hoy la ... general de la ...

premios, que es algo que está sucediendo", precisa. San Pedro Tarapacá Wine Group, al tercer trimestre tiene el 13,4% de las exportaciones del sector, según cifras de ... de Chile. Es superado ..., que tiene ...

miento de la relación con los supermercados. Pero por su tamaño más reducido le costaba llegar a una mayor distribución. En cambio, San Pedro conocía ampliamente el canal masivo, pero no tanto el trabajo de botella", recuerda Bitar. En el mercado nacional es ... han aprovechado el ...

últimas en Argentina. San Pedro Tarapacá inició su operación en medio de la crisis internacional. "Los resultados de las exportaciones en los primeros cuatro meses de 2009 eran para llorar", dice Bitar. Aun así, la inclusión de los negocios de Tarapacá marcó la diferencia. La utilidad de ... llegó a $ 10.490 millones, ... más en 2008, cuando ... $ 5.031 millones ...

Misiones de Rengo estrena blancos de valles costeros - fríos

Respondiendo a su constante búsqueda por los mejores valles para cada uva y estilo de vino, y por entregar siempre más calidad por ... y productos que halaguen a ... consumidores, Misiones de Rengo presenta los nuevos orígenes de Chardonnay cosecha 2010: los ... de Casablanca y Leyda. Valle de Casablanca, con su ... ción privilegiada, su poderosa ... cia marina e impresionante ... dad de suelos, se expresa en ... Misiones de Rengo Reser... donnay 2010 ...

potencia en nariz, a través de sobresalientes frutas tropicales y notas minerales, junto a una boca fresca, alegre, fina y de prolongado final. Indudablemente, un gran vino en su categoría. Por su parte, los fantásticos paisajes, suelos y clima del Valle de Leyda, a

tan sólo 12 kms del mar, brindan al nuevo Misiones de Rengo Cuvée Chardonnay 2010 sus particulares notas minerales, incluso algo salinas, acompañadas de mucha fruta y una equilibrada acidez. Es como

probar la brisa marina. Ideales para celebrar la llegada de la temporada primavera-verano en Chile, o como ... ra el resto ...

Vino Cabo de Hornos en viaje de la Esmeralda

Con más de 15 años de vida, el vino **Cabo de Hornos de la Viña San Pedro** fue elegido para acompañar el 55 crucero de instrucción del Buque Escuela **Esmeralda**, travesía que este año cobra importancia, al conmemo... años de la Independencia de ... **Cabo de Hornos** será el vi... seguirá –en un elegante emp... a un mapa de la travesía–, a las ... des internacionales que abord... en las recaladas que realizará dura... yecto. Asimismo, será el invitado especial en las ... degustaciones y recepciones que se realicen a bor... el cual se celebrará el paso por el Cabo de Hornos...

Viña San Pedro es 12° en reputación corporativa

La Viña San Pedro quedó 12° entre 146 emp... chilenas evaluadas ... quinto estudio de R...

Syrah cinco estrellas

La revista inglesa Decanter, prestigiosa publicación especializada en enología, elogió a 1865 Limited Edition Syrah 2007 de Viña San Pedro, añadiendo reconocimiento a los 90 puntos y excelentes reseñas otorgados por los dos wine-writers más relevantes de las revistas estadounidenses Wine Enthusiast y Wine Spectator. En el artículo "From Zero to Hero" se incluye a 1865 Limited Edition Syrah en la lista de los mejores syrah chilenos con puntaje máximo de 5 estrellas, y lo definen como "cautivador". ***Disponible en El Mundo del Vino, Wain, La Vinoteca, La Cav y en los mejores restaurantes; $14.990.***

Olla sabrosa

Kankana, éxito en EEUU

A menos de un mes de su lanzamiento en Chile y el mundo, Kankana del Elqui, Solar Nº 10, el más reciente vino de Viña San Pedro, tuvo una excelente recepción de los medios especializados: Recibió 91 puntos en una de las revistas de vinos más prestigiosas de Estados Unidos. El experto de la revista *Wine Spectator*, James Molesworth, destacó con este puntaje sobresaliente al ultra premium, dentro de los siete exponentes chilenos que reseñó en ... Insider. Esta publicación, ... semanal llamado ... reconocido medio

Un vino notable

El vino Tara-Pakay, producto ícono de Viña Tarapacá, es una exuberante y profunda mezcla tinta compuesta por un 67% de Cabernet Sauvignon y un 33% de Syrah, elaborado con uvas seleccionadas de los mejores viñedos de Isla de Maipo que le otorgan potencia y madurez, cuerpo sedoso y una notable complejidad aromática. La publi... especiali...

Kankana del Elqui, nuevo logro de Marco Puyó con San Pedro

Viña San Pedro, que viene haciendo un notable trabajo de búsqueda y encuentro de nuevos valles y localizaciones geográficas para nuevos vinos de mucha calidad, presentó hace unos días el más reciente de sus vinos, Kankana del Elqui, un super Syrah muy sabroso y original.

VIÑA SAN PEDRO HA AUMENTADO EN 20% SU MARKET SHARE CON ESTA CAMPAÑA ANIVERSARIO

El rescate de lo "típico chileno" de Gato para celebrar sus primeros cincuenta años

▪ Apoyándose en ser el vino más tradicional del país, San Pedro impulsó una serie de comerciales donde se da cuenta de elementos clave de la idiosincrasia nacional.

EMILIO MALDONADO QUEVEDO

"Cuando chicos, todos fuimos rubios". Frases como ésta, que todos hemos escuchado alguna vez a lo largo de la vida, o la conocida "si somos malos pa'l fútbol, siempre lo supe", son parte de la nueva campaña publicitaria del producto estrella de la Viña San Pedro: vino Gato.

El producto, que está cumpliendo 50 años, decidió renovar su imagen, acercándose más a los consumidores locales, potenciando su unión con lo "típico chileno".

"Gato es una marca muy cercana al consumidor nacional, presente hace medio siglo

Desde el 23 de mayo ... a Coco Legrand con la marca Gato.

en las más variadas ocasiones de consumo y que está muy arraigada como la marca de vino típica chilena", comenta la subgerente de marketing de la Viña ...

destinando parte importante del ... para esta "celebr...

91

Santa Helena Selección del Directorio Gran Reserva 2009 Colchagua

Un excelente ejemplo de los nuevos blancos de Colchagua que nacen hacia las zonas más costeras. Este tiene una acidez vibrante y cítrica, con un cuerpo ligero. Ideal para la terraza, mirando el ma... atardecer. O como compañero cuando uno cocina, en idént... circunstancias. Precio estimado: $ 4.300.

Growth Brands Report Wine

A return to good health

Wine&Spirit TRADES REVIEW

NEWS

Chilean exporter goes green ... the second-largest

... una bodega ... donde las uvas ... ando la fuerza

...ra.Pakay 2007 ... fue vinificado ... de Cabernet ... en. De color ... complejo con ...

Luego de 69 días de a... al mundo:

Chile protagoniza el mayor rescate en la historia de la minería

Florencio Ávalos y Mario Sepúlveda encabezan la lista del salvataje, seguidos de Juan Illanes y Carlos Mamani.

A las 23 horas descendía el primer rescatista, tras dos baj... de la cápsula Fénix 2, que hizo contacto con los mineros.

Exporter rebuilds workers' homes

Chilean exporter VSPT Wine Group has rebuilt the first of its workers' homes destroyed by the country's devastating earthquake in March. All of VSPT's ...

workers' monetary contributions – which will be doubled by the VSPT ... and overseas ... ised ... ich have ... untary ... d areas. ... an Pedro ... group ... porter

...nocidas ...n

... mina, el ... y el otro ... 33.

...rne a ... a ...iedra ...tedes"

... un video ... pués de encontrarlos, ... todo lo que se hizo para