2012 Memoria Anual

SPT | WINE GROUP

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) 2477 53 00
Fax (56-2) 2477 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.
- Santa Sofía, Requínoa, VI Región.
- Fundo El Tránsito (Maipo Alto), Isla de Maipo, Región Metropolitana.

Propiedad de Viña Misiones de Rengo S.A.

- Viñedo 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 Viñamar, Ruta 68, Casablanca, V Región.
- Viñedos 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 Viña Valles de Chile S.A.

- Viñedos Leyda, San Antonio, V Región.

ARRENDAMIENTOS

- Fundo Santa Ximena (Quillayes), Rengo, VI Región.
- Bodega y Fundo Santa Helena, San Fernando, Colchagua, VI Región.
- Bodega de Vinificación y Guarda Patacón, Camino Casablanca, Molina, VII Región.
- Bodega de Vinificación y Guarda Don Marcial, San Javier, VII Región.

DEPARTAMENTO DE ACCIONES

Huérfanos N° 770, piso 22, Santiago
Teléfono (56-2) 23939003, Fax (56-2) 23939315

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) 2477-5370 / (56-2) 24775381
Fax (56-2) 2477-5307
e-mail: cacente@vspt.cl
www.sanpedro.cl

VENTAS EN MOLINA:

Tienda Molina
Ruta 5 Sur, Km. 205, Molina, VII 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) 2819 2785 anexo 171
  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
  Danitza Olivares V.
  Fono (56-2) 2477 5598
  Móvil (56-9) 82098979
  daoliva@altairwines.com

- Viña Mar, Casablanca
  Daniel Mesa G.
  Fono (56-32) 275 4300
  turisvm@vspt.cl

- Finca La Celia, Eugenio Bustos – San Carlos – Mendoza - Argentina
  Federico Colombo P.
  Bodega / Posada / Turismo
  Fono (54-2622) 451010 - 451012
  Oficinas Mendoza (54-261) 413 4400
  Móvil (54-9-261) 156391631
  enoturismo@fincalacelia.com.ar
  fcolombo@ccu.com.ar

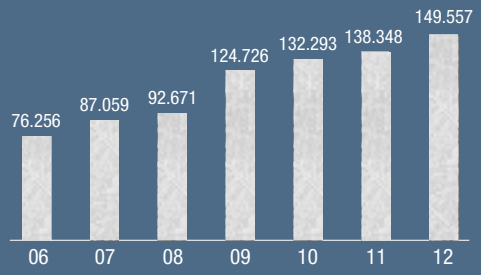
RESUMEN FINANCIERO MEMORIA 2012

	PCGA		IFRS				
ESTADO DE RESULTADOS	2006 (MM$)	2007 (MM$)	2008* (MM$)	2009 (MM$)	2010 (MM$)	2011 (MM$)	2012 (MM$)
Ingresos de Explotación	76.256	87.059	92.671	124.726	132.293	138.348	149.557
Margen de Explotación	23.619	32.559	38.780	46.871	48.417	48.498	53.922
Gastos de Administración y Ventas	-21.883	-26.098	-28.476	-34.651	-38.161	-31.609	-42.869
Resultado Operacional	**1.736**	**6.462**	**10.304**	**12.220**	**10.256**	**16.890**	**11.053**
Gastos Financieros Netos	-1.541	-1.413	-865	-1.539	-1.152	-1.312	-1.176
Utilidad del Ejercicio	-951	2.508	5.031	10.490	7.658	13.322	7.564
Depreciación y Amort Int.	5.183	5.686	5.270	6.881	6.472	6.419	6.566
EBITDA	**6.919**	**12.148**	**15.574**	**19.100**	**16.727**	**23.308**	**17.619**
Tipo de Cambio Promedio Nominal (CLP/USD)	530,3	522,5	522,5	559,6	510,2	483,7	486,5
Precio por Acción (al cierre)	4,6	4,5	3,7	3,8	4,3	3,5	3,1
N° Acciones (millones)	21.682	23.982	39.970	39.970	39.970	39.970	39.970
Utilidad por Acción ($)	-0,04	0,1	0,13	0,26	0,19	0,33	0,19
EBITDA por Acción	0,32	0,51	0,39	0,48	0,42	0,16	0,44
Capitalización Bursátil ($MM)	98.869	107.918	147.888	152.281	170.671	139.894	123.107

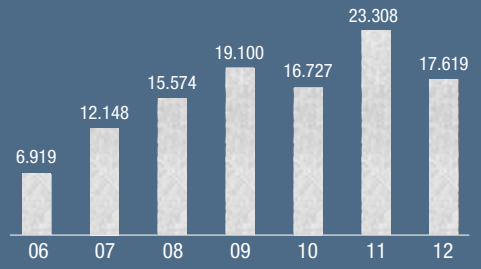
BALANCE GENERAL	2006 (MM$)	2007 (MM$)	2008* (MM$)	2009 (MM$)	2010 (MM$)	2011 (MM$)	2012 (MM$)
Activo Circulante/Corriente**	59.855	74.662	102.424	102.602	101.605	110.461	108.061
Activo Fijo + Otros Activos/Activo No Corriente**	68.175	73.019	159.539	159.770	156.571	159.563	162.636
Total Activos	128.030	147.681	261.962	262.372	258.176	270.025	270.697
Pasivo Circulante/Corriente**	23.750	24.353	43.304	39.859	36.697	53.288	51.214
Pasivo de Largo Plazo/No Corriente**	25.031	25.213	37.063	38.867	35.204	29.753	30.673
Patrimonio e Interés Minoritario	79.249	98.116	181.595	183.646	186.275	186.984	188.810
Total Pasivos y Patrimonio	128.030	147.681	261.962	262.372	258.176	270.025	270.697
Deuda Financiera	31.527	27.733	44.586	31.893	25.954	28.672	32.554
Tipo de Cambio de Cierre Nominal (CLP/USD)	532,4	496,9	636,5	507,1	468,0	519,2	478,6

(*) Incluye 4º Trimestre Viña Tarapacá.
(**) Para el año 2010 en adelante.
PCGA Principios Contables Generalmente Aceptado; IFRS Normas Internacionales de Información Financiera.

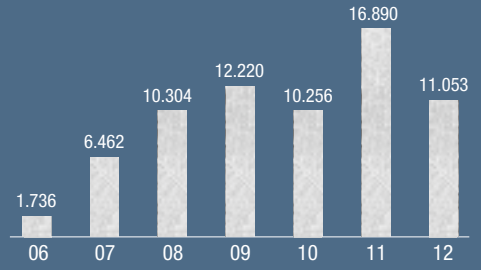
Ingresos de Explotación (MM$)



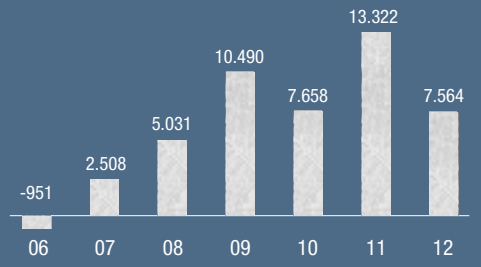
EBITDA (MM$)



Resultado Operacional (MM$)



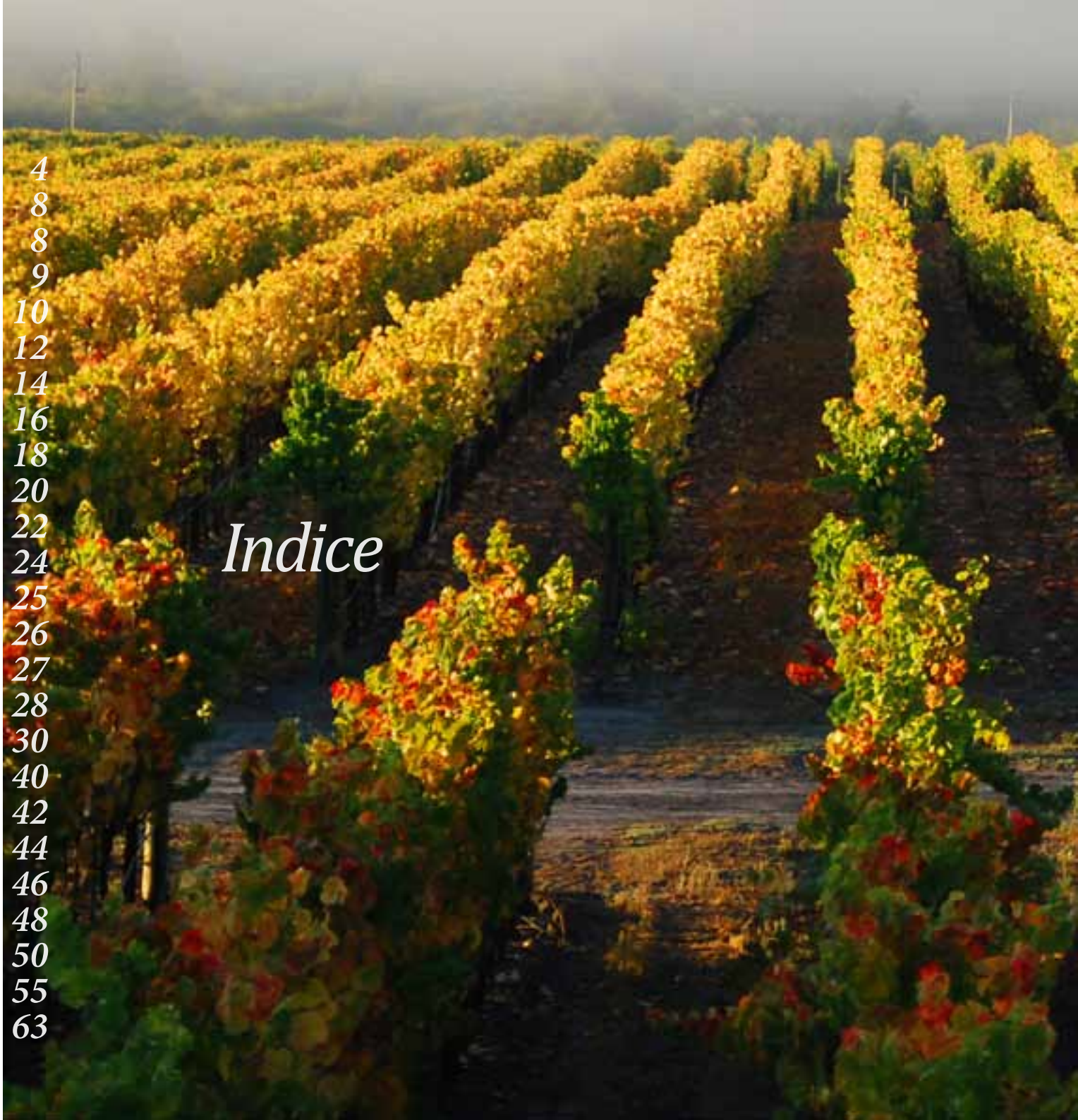
Utilidad Neta (MM$)



SPT
WINE GROUP

Indice

Carta del Presidente	4
Directorio	8
Personal	8
Administración	9
Estructura y Funcionamiento	10
Historia	12
Objetivos Estratégicos	14
Viña San Pedro	16
Viña Tarapacá	18
Viña Santa Helena	20
Viña Misiones de Rengo	22
Viña Leyda	24
Viña Altaïr	25
Viñamar	26
VSPT Argentina - La Celia y Tamarí	27
Ferias y Eventos	28
Actividades y Negocios de la Entidad	30
Políticas de Inversión y Financiamiento	40
Comité de Directores	42
Propiedad y Control de la Entidad	44
Estructura Societaria y Remuneraciones	46
Hechos Relevantes, Esenciales y Otros Antecedentes	48
Informe Sobre Filiales	50
Informe de Sustentabilidad	55
Declaración de Responsabilidad	63



VSPT | WINE GROUP

Carta del Presidente

Los ingresos totales del Grupo aumentaron un 8,1% en pesos chilenos respecto al año 2011, crecimiento obtenido gracias a un muy buen desempeño tanto en exportaciones como en mercado doméstico, nuestras dos áreas de negocio más importantes.

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 2012.

Este fue un año de grandes desafíos. La compleja situación económica internacional, la fuerte apreciación del peso, especialmente en relación al Euro, el aumento de los costos de energía, transporte y mano de obra en Chile, sumado a un nuevo escenario de alta inflación y cambio regulatorio en Argentina, donde tenemos nuestra operación de Finca La Celia, pusieron a prueba todas nuestras capacidades.

Pese a este contexto, tuvimos un año de grandes logros y satisfacciones. Los ingresos totales del Grupo aumentaron un 8,1% en pesos chilenos respecto al año 2011, crecimiento obtenido gracias a un muy buen desempeño tanto en exportaciones como en mercado doméstico, nuestras dos áreas de negocio más importantes.

En exportaciones, tuvimos un crecimiento de 10% en volumen, impulsado fundamentalmente por un aumento de las ventas en mercados asiáticos y latinoamericanos, logro destacable en comparación con una industria que en su conjunto no creció el año 2012.

En el mercado doméstico, gracias a la solidez de nuestras marcas y a una dedicada gestión comercial, logramos excelentes resultados. Desafiamos las cifras de la industria, aumentando nuestros volúmenes de ventas en un 2,9% en circunstancias que la industria decreció un 4,7%. VSPT mantuvo su liderazgo en la categoría de botellas finas, esto es, vino embotellado en un rango de precio sobre los $1.000 retail. Este logro se ha conseguido a través de tres pilares fundamentales: excelencia enológica, marcas robustas y excelencia en la ejecución. Hoy, una de cada cuatro botellas de vino fino vendidas en Chile son de VSPT, alcanzando una participación de mercado de 24,9%. Y, de acuerdo a los últimos estudios de Primera Preferencia realizados por Adimark, VSPT cuenta con las marcas más valoradas de la industria.

En Argentina, donde participamos con nuestra filial Finca La Celia, vivimos un año de restructuraciones y cambios, en un contexto complicado de inflación sostenida y nuevas regulaciones. Este escenario nos obligó a replantear nuestra estrategia y tomar la decisión de concentrarnos únicamente en marcas de mayor valor, renunciando a negocios de menor rentabilidad. Nuestros esfuerzos ya se vieron reflejados en el último trimestre con un 19% de crecimiento en volumen y 12% en precio promedio en nuestras exportaciones.

Nuestros ingresos totales por ventas alcanzaron los MM$ 149.557, cifra 8,1% mayor que el año anterior. El EBITDA fue de MM$ 17.619, un 24,4% menor al año 2011. Este menor resultado se explica en su totalidad por la indemnización pagada por el seguro producto de los daños ocasionados por el terremoto de febrero de 2010, lo que generó un mayor EBITDA por MM$ 5.861 en los resultados del año 2011. Sin considerar el efecto del seguro del terremoto, el EBITDA de 2012 fue levemente superior al de 2011.

La utilidad del ejercicio alcanzó los MM$ 7.563, un 43,2% menor al año anterior, decrecimiento que se explica en MM$ 4.591 (80% de la disminución

total) por la previamente mencionada indemnización del seguro y en forma adicional, por el efecto negativo de MM$ 580 producto del cambio en la tasa impositiva del impuesto al valor agregado y a una utilidad no recurrente por MM$ 777 producto de la división de Viña Valles de Chile ocurrida en diciembre de 2011. Aislados estos efectos, la utilidad del ejercicio fue un 2,4% mayor que el año anterior.

Describiendo en mayor detalle el comportamiento de nuestras distintas unidades de negocio, en el plano de las exportaciones, Hispanoamérica destacó por su crecimiento de 25% en volumen y 5% en precio promedio, impulsado por marcas claves como GatoNegro y Castillo de Molina de Viña San Pedro, Misiones de Rengo y Santa Helena.

En Europa Occidental, si bien el año 2012 no fue un año de crecimiento, VSPT logró mantenerse en un contexto de industria que retrocedió. Y, a pesar de las dificultades económicas por la que atraviesan algunos de sus principales países, fortalecimos nuestra presencia en Inglaterra a través de la alianza con un nuevo y destacado importador.

En los países nórdicos tuvimos un muy buen año, con un aumento en volúmenes de venta de 9%. Sobresale la marca GatoNegro al ser el vino tinto más vendido en Finlandia, según el informe anual de la industria entregado por el monopolio de ese país.

Cabe también destacar el crecimiento en Asia, donde continuamos estrechando las relaciones con nuestros distribuidores y profundizando el conocimiento de nuestros consumidores en los mercados clave. Esto nos ha permitido liderar las exportaciones de vino chileno a China por cuarto año consecutivo con un 13,4% de participación de mercado en volumen. A su vez en Japón, registramos una fuerte expansión, con un alza del 89% en nuestros volúmenes de venta.

Este año, al igual que los anteriores, el desafío estuvo puesto en continuar fortaleciendo nuestras marcas. Iniciamos el año recibiendo en Nueva York el importante reconocimiento que obtuvo Viña San Pedro como "Viña del Año del Nuevo Mundo" por la prestigiosa revista norteamericana "Wine Enthusiast". Este premio sin duda motivó a que todo nuestro equipo y cadena de comercialización, incluyendo nuestros importantes socios comerciales en Chile y el extranjero, sintieran un mayor compromiso y más orgullosos que nunca, de representar a una viña distinguida por su desempeño y calidad enológica. Continuamos destacando este importante premio a través de una distintiva medalla en cada una de las botellas de San Pedro distribuidas en todo el mundo, superando las 30 millones de unidades.

Una de las grandes novedades para Viña San Pedro dentro de este contexto fue el lanzamiento de una nueva marca Premium en Estados Unidos, objetivo que nos habíamos trazado dentro del plan estratégico 2011-2013.

Luego de un exhaustivo proceso de desarrollo, con foco exclusivo en ese país, lanzamos "Épica", una marca dirigida a jóvenes entre 22 y 35 años. Los resultados han sido muy alentadores, tanto por parte de los consumidores como de la red de distribución.

En su corta trayectoria, Épica obtuvo distintos reconocimientos; entre ellos una Medalla de Plata al "Mejor Nuevo Producto 2012" por la revista "The Tasting Panel", importante medio especializado, y Premio a la Mejor Campaña Digital Integrada "OMMA", reconocido como uno de los cinco premios más importantes en esta categoría de ese país.

Durante el año 2013 continuaremos poniendo mucho esfuerzo en este mercado, junto con iniciar la comercialización de Épica en otros países.

En el plano nacional, uno de los grandes hitos del año fue la consolidación de Viñamar como un actor relevante en el mercado de los espumantes Premium, oferta que ampliamos con dos nuevos integrantes: Viñamar Rosé y Viñamar Extra Brut. El lanzamiento de estos productos al mercado, tuvo una excelente acogida por parte de la prensa especializada y consumidores. En resultados concretos, duplicamos nuestros volúmenes de venta a través de una marca sólida y de alto potencial.

En el ámbito agrícola/enológico, comenzamos la temporada con una vendimia caracterizada por

un invierno de escasas lluvias y un verano con temperaturas más altas que en un año normal en muchos de los valles de nuestro país. Con el objetivo de obtener la calidad esperada de sabores, aromas y equilibrio en los vinos, se debieron adelantar las cosechas en la mayoría de los valles, siendo más notorio en las variedades tintas que en las blancas. Los rendimientos y la calidad se manejaron desde la poda de las parras y el manejo de las uvas en las bodegas fue de máxima eficiencia, buscando siempre priorizar la calidad.

Como resultado tuvimos una muy buena vendimia, tanto en términos de calidad como cantidad, con una cosecha de 44.762 toneladas, esto es, un 19,5% mayor que el año anterior.

En el ámbito operacional y tal como fuera anunciado en 2011, culminamos el año 2012 con una fortalecida bodega en Isla de Maipo, tanto en nivel de tecnología como su capacidad productiva. Esto nos ha permitido generar una mayor racionalización de nuestras operaciones vitivinícolas, manteniendo intacta la identidad enológica de cada una de las bodegas y robusteciendo nuestro pilar de calidad. Lo anterior, además de mejorar indicadores de eficiencia y sustentabilidad en nuestros procesos productivos, nos permitirá destinar mayores recursos a investigación y excelencia enológica.

Paralelamente, continuamos con la implementación del programa de manufactura de clase mundial denominado OCA (Optimización de la Cadena de Abastecimiento) en nuestros tres centros productivos, Molina, Lontué e Isla de Maipo. Un proceso que comenzamos hace 4 años y ha arrojado grandes mejoras. Como ejemplo, alcanzamos un récord histórico de siete millones de cajas de vino producidas en nuestra bodega ubicada en Molina.

En cuanto a los reconocimientos enológicos, el año 2012 obtuvimos nuevamente muy buenos resultados. Destacan los 93 puntos para Tierras Moradas 2008 en "Wine Spectator", los 92 puntos para Cabo de Hornos 2008 en la revista "Wine & Spirits", los 93 puntos de La Celia con Heritage 2008 y Supremo 2008 en "Wine Advocate", el "Best Buy" para Tamarí Reserva Malbec 2011 de "Wine Enthusiast" y los 93 puntos del Gran Reserva Etiqueta Negra 2010 de Viña Tarapacá en la "Guía Descorchados 2012".

Sin duda, los dos International Trophy en el International Wine Challenge entregados por Decanter en el Reino Unido, fueron las máximas distinciones del año, para Leyda Reserva Syrah 2010 de Viña Leyda como "Best Chilean Red Rhone", bajo 10 libras y 1865 Single Vineyard Sauvignon Blanc Leyda 2011 de Viña San Pedro, como "Best Sauvignon Blanc", en la categoría sobre 10 libras.

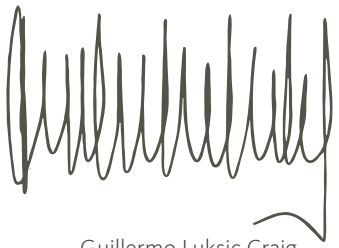
En nuestro país, durante la Novena Gala del Annual Wines Of Chile Awards, (AWOCA), el concurso nacional de mayor relevancia de la industria, Castillo de Molina Sauvignon Blanc Valle del Elqui 2011, fue ganador en dos categorías, "Best Sauvignon Blanc" y "Best Value White". A su vez, Viña Leyda ganó "Best Rosé", con Loica Pinot Noir 2010.

Podemos decir con satisfacción que éste fue nuevamente un gran año enológico para VSPT, y en particular debemos destacar el sobresaliente desempeño de Viña Leyda, que debutó como la viña más premiada del Grupo luego de integrarse durante el año 2012 en un 100% a la propiedad de VSPT.

En el ámbito de los Recursos Humanos, tuvimos el honor de recibir el reconocimiento "Desarrollo Capital Humano" que nos destaca como una empresa que apoya la formación técnico-profesional de nuestros trabajadores, entregado por Inacap.

Finalmente, llegamos a nuestro compromiso 360° Sustentable con la consolidación de un proyecto que aúna a todas las viñas del Grupo y a todas las áreas de trabajo. Un desafío que asumimos hace ya tres años de manera formal, alcanzando enormes avances. Uno de los hitos de este año fue ser elegidos como la 9° empresa chilena mejor preparada para enfrentar el cambio climático en Chile, según el ranking elaborado por Fundación Chile y Revista Capital. Además lanzamos por segunda vez nuestro Reporte GRI (Global Reporting Initiative), registros que nos permitirán ir profundizando en nuestra visión y desarrollo sostenible, evaluando nuestro desempeño económico-financiero, social y medioambiental.

El año 2012 puso a prueba todas las capacidades y fortalezas que tenemos como Grupo, y pese a estar insertos en una industria que nos impone cada año ilimitados desafíos, podemos estar seguros que contamos con un equipo humano y profesional capaz de asumir con éxito y optimismo los retos que esta noble industria nos presente en el futuro. Agradezco el esfuerzo y felicito a cada uno de los equipos de trabajo de VSPT, a nuestros colaboradores, clientes y proveedores por cada uno de los objetivos cumplidos y cada reconocimiento logrado. Por último, los invito a seguir trabajando con pasión, y a no perder de vista nuestros objetivos de transformarnos en un líder de la industria vitivinícola global.



Guillermo Luksic Craig
Presidente del Directorio

Directorio

Presidente

GUILLERMO LUKSIC CRAIG
Rut: 6.578.597-8
Director de Empresas

Vicepresidente:

RENÉ ARANEDA LARGO
Rut: 5.849.993-5
Ingeniero Comercial

Directores:

CARLOS MACKENNA IÑIGUEZ
Rut: 4.523.336-7
Ingeniero Civil

PHILIPPE PASQUET
Rut: 48.090.105-3
Factor de Comercio

FELIPE JOANNON VERGARA
Rut: 6.558.360-7
Ingeniero Comercial

GUSTAVO ROMERO ZAPATA
Rut: 5.546.329-8
Economista

PATRICIO JOTTAR NASRALLAH
Rut: 7.005.063-3
Ingeniero Comercial

JOSÉ LUIS VENDER BRESCIANI
Rut: 5.024.651-5
Ingeniero Comercial

JORGE LUIS RAMOS SANTOS
Rut: 48.147.062-5
Contador Auditor y Licenciado
en Administración de Empresas

Personal

La dotación permanente al 31 de diciembre de 2012 alcanzó a 1.119 empleados, los que se detallan en la siguiente tabla:

EMPRESAS	GERENTES Y EJECUTIVOS PRINCIPALES	EJECUTIVOS/ PROFESIONALES	EMPLEADOS/ OPERARIOS	TOTAL
Vitivinícola del Maipo S.A	-	9	34	43
Viña del Mar de Casablanca S.A	-	-	11	11
Viña Misiones de Rengo S.A.	-	2	7	9
Viña San Pedro Tarapacá S.A.	51	287	672	1.010
Finca La Celia	2	32	67	101
Viña Valles de Chile	-	3	-	3
SUBTOTAL VSPT	**53**	**333**	**791**	**1.177**

Administración

JAVIER BITAR *
Gerente General
Viña San Pedro Tarapacá
Ingeniero Civil

CARLOS LÓPEZ
Gerente de Exportaciones
América y Asia
Viña San Pedro Tarapacá
Ingeniero Civil

JAVIER IGLESIS
Gerente de Exportaciones
Europa, África y Medio Oriente
Viña San Pedro Tarapacá
Administrador de Empresas

PEDRO HERANE
Gerente Comercial
Mercado Nacional
Viña San Pedro Tarapacá
Ingeniero Comercial

JOSÉ JEREZ
Gerente de Marketing Global
Viña San Pedro Tarapacá
Ingeniero Comercial

GERMÁN DEL RÍO
Gerente de Adm. y Finanzas
Viña San Pedro Tarapacá
Ingeniero Comercial

ALEJANDRO JORQUERA
Contralor
Viña San Pedro Tarapacá
Contador Auditor

MARIO AGLIATI
Gerente de Relaciones Públicas
Viña San Pedro Tarapacá
Ingeniero Comercial

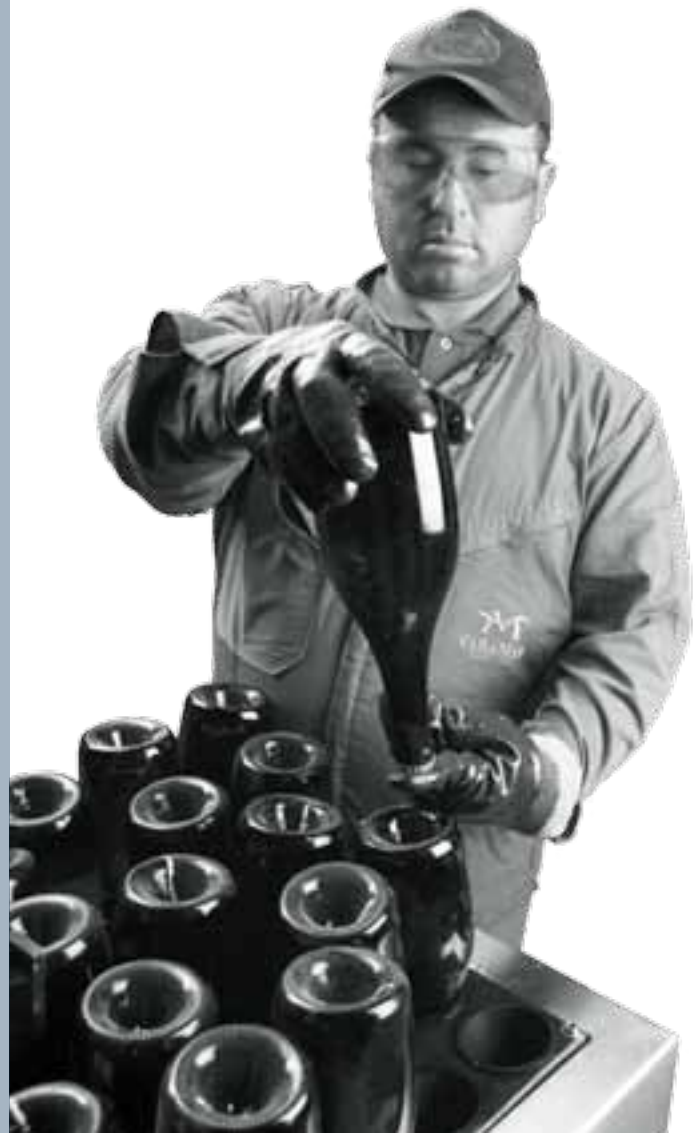
JUAN CURY
Gerente Agrícola y
Abastecimiento
Viña San Pedro Tarapacá
Ingeniero Agrónomo

MARCO PUYO
Gerente de Enología
Viña San Pedro Tarapacá
Ingeniero Agrónomo - Enólogo

ÁLVARO PARDO
Gerente de Operaciones
Viña San Pedro Tarapacá
Ingeniero Civil

SEBASTIÁN RÍOS
Gerente General
Finca La Celia
Ingeniero Agrónomo

** A partir del 1° de abril de 2013, el cargo de Gerente General será ejercido por el señor Pedro Herane Aguado, actual Gerente Comercial de Mercado Nacional.*



Estructura y Funcionamiento

Viña San Pedro Tarapacá S.A. (en adelante también VSPT, Grupo VSPT, Grupo San Pedro Tarapacá la sociedad 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 realizada en diciembre de 2008, siendo a la fecha 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 tiene operaciones en Chile y 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 Leyda, Viña Altaïr, Viñamar, Viña Casa Rivas y Finca La Celia.

Debido a la diversidad de sus operaciones, el Grupo San Pedro Tarapacá ha adoptado un sistema de gestión por unidades de negocio que corresponden a las diferentes viñas que constituyen el conjunto. Éstas son:

- Viña San Pedro.
- Viña Tarapacá.
- Viña Santa Helena.
- Viña Misiones de Rengo.
- Viña Leyda.
- Viña Altaïr.
- Viñamar.
- Viña Casa Rivas.
- Finca La Celia.

Cada una de estas unidades se encuentra enfocada hacia la producción y marketing de sus respectivos vinos en Chile, Argentina y el mundo. A contar del mes de octubre de 2012 la venta de los productos de todas las unidades es efectuada por Viña San Pedro Tarapacá. Los gerentes de las unidades de negocio 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.

En tanto, 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, Comercial CCU presta servicios de venta en el norte y sur del país y, por su parte, Transportes CCU presta servicios de distribución y bodegaje en todo Chile.

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 del Grupo VSPT. 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, ejercer 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.

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.

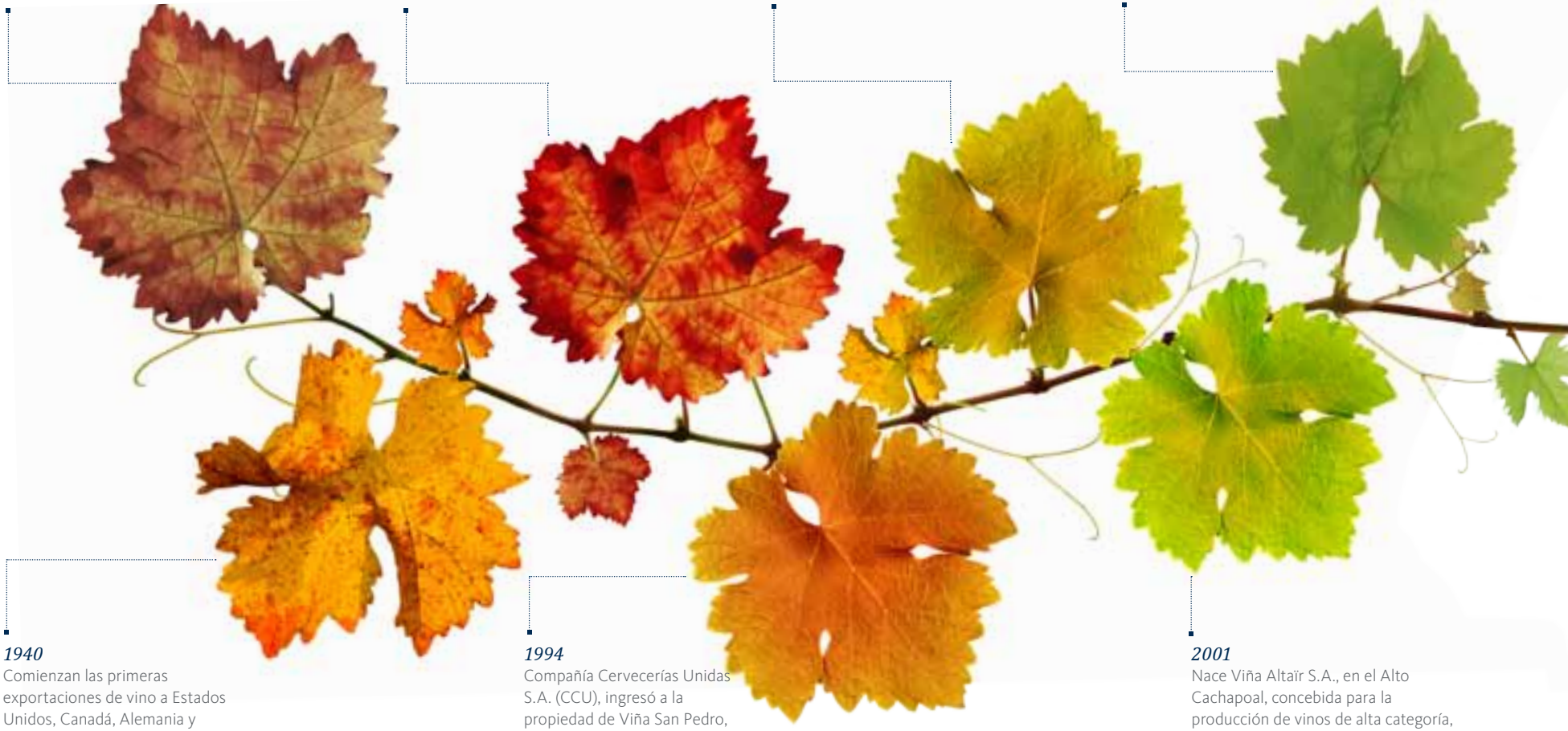
1990
Con una nueva razón social, Viña San Pedro S.A. comenzó a transar sus acciones en la Bolsa de Comercio de Santiago y en la Bolsa Electrónica de Chile.

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, Ícono y Ultra Premium.

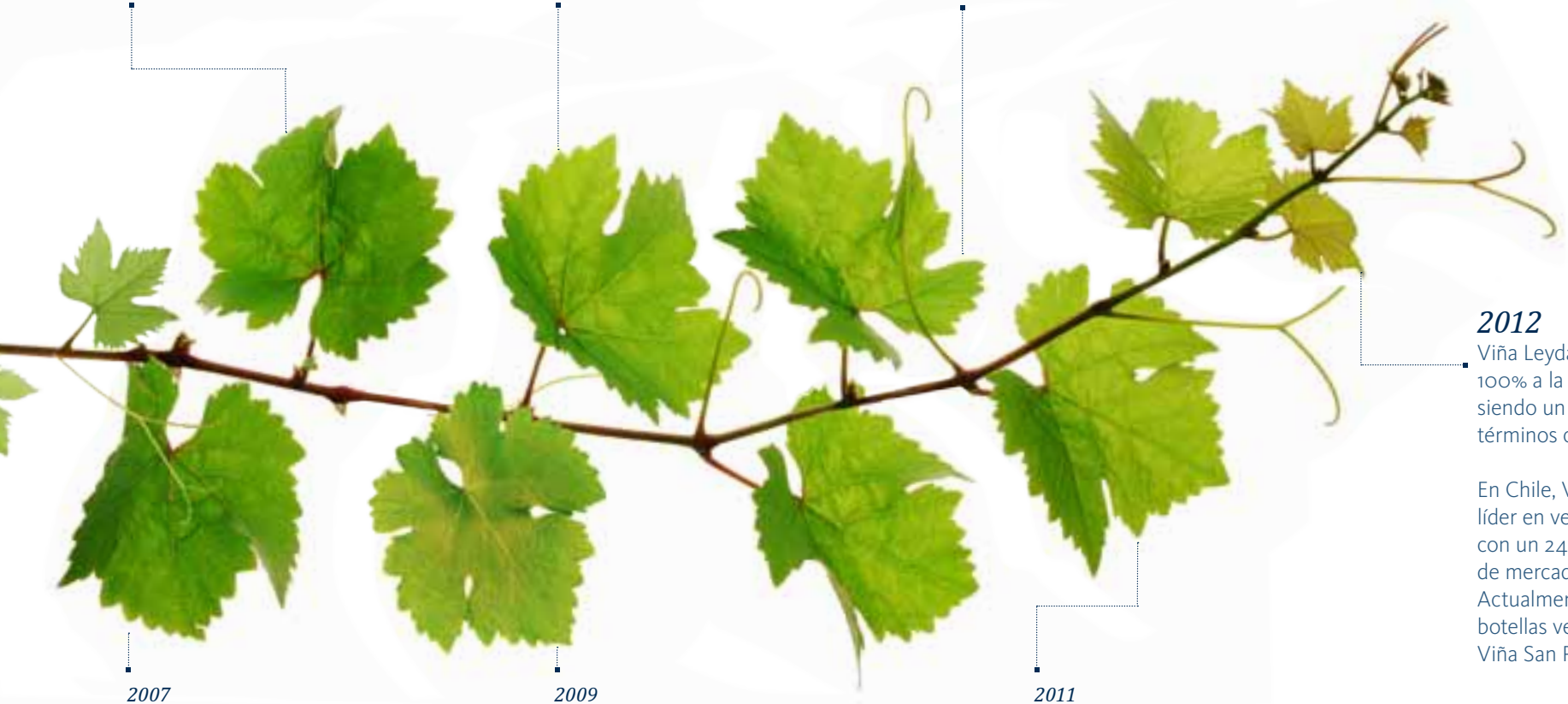
2003
Joint venture con la Sociedad Agrícola y Ganadera Río Negro Ltda. que dio lugar a Viña Tabalí S.A., una viña boutique desarrollada para la producción de vinos Premium y Súper Premium en el Valle del Limarí.



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

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

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 fortalecer sus viñas y marcas clave.



2012
Viña Leyda se incorpora en un 100% a la propiedad de VSPT, siendo un año muy destacado en términos comerciales y enológicos.

En Chile, VSPT se consolida como líder en ventas de botellas finas con un 24,9% de participación de mercado en esta categoría. Actualmente, una de cada cuatro botellas vendidas en Chile son de Viña San Pedro Tarapacá.

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.

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.

2011
Viña San Pedro es elegida como "Viña del Nuevo Mundo 2011" por la revista Wine Enthusiast, una de las más prestigiosas publicaciones especializadas en vinos de Estados Unidos y el mundo.
En Chile, consolida su liderazgo en el segmento de botellas finas.

Objetivos Estratégicos

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°.

Asegurar, promover y gestionar una operación vitivinícola sustentable en 360° ha sido uno de los siete objetivos declarados como estratégicos por el Grupo San Pedro Tarapacá. Durante el 2012, el compromiso y desarrollo de acciones en este ámbito, trajeron destacados logros, entre ellos el ingreso a los Top 10 en el Ranking Anual de Cambio Climático, realizado por Revista Capital y Fundación Chile

Viña San Pedro

Viña San Pedro comenzó el año 2012 recibiendo el reconocimiento en Nueva York como "Viña del Año del Nuevo Mundo", distinción otorgada por la prestigiosa revista norteamericana Wine Enthusiast. Durante el período se difundió este importante premio a través de una distintiva medalla en cada una de sus botellas y una campaña publicitaria en revistas internacionales.

1,8%

fue el porcentaje en que redujo su huella de carbono el Grupo San Pedro Tarapacá, informado durante el 2012.

9°

puesto en el Ranking de Cambio Climático elaborado por Fundación Chile y Revista Capital.

6%

se redujo el consumo de agua en la bodega de Viña San Pedro en Molina durante el periodo.

Viña San Pedro continuó profundizando su presencia en Chile y el mundo, a través de un variado y sólido portafolio de marcas y variedades, destinado a distintos tipos de ocasiones y preferencias de consumidores.

A nivel nacional, hubo avances importantes con marcas estratégicas. Castillo de Molina sorprendió con su campaña "Vuelve" y el desarrollo de una innovadora aplicación para smartphones. La aplicación descargable para IPhone y Android fue una verdadera cruzada a desconectarse del celular, incentivando a disfrutar el presente sin interrupciones tecnológicas. La campaña en su conjunto se tradujo en un aumento en volúmenes de ventas de 10% para la marca.

Por su parte, Gato consolidó su slogan "Típico chileno", apelando al humor y las celebraciones nacionales con dinámicas campañas tanto en televisión como en redes sociales, por medio de entretenidos concursos. Los resultados fueron sólidos, con un "Top of Mind" sobre un 38% y una aventajada recordación publicitaria cercana al 45%.

Durante el último trimestre del año, Cabo de Hornos -vino ícono de San Pedro- celebró 18 años desde su primera cosecha. La mayoría de edad fue conmemorada con un almuerzo junto a la prensa especializada de nuestro país, ocasión en la que se aprovechó de presentar la nueva cosecha 2008.

En el ámbito internacional, existieron importantes avances e innovaciones. Sin duda, uno de los hitos del año para San Pedro fue el lanzamiento en Estados Unidos de una nueva marca Premium. Se trata de Épica, marca dirigida a jóvenes entre 22 y 35 años. En su corta trayectoria, Épica ha recibido importantes reconocimientos, entre ellos una Medalla de Plata al "Mejor Nuevo Producto 2012" otorgada por la revista especializada estadounidense "The Tasting Panel", y el premio Mejor Campaña Digital Integrada "OMMA", reconocido como uno de los cinco concursos más importantes en esa categoría en Estados Unidos.

Simultáneamente, en Latinoamérica, se desarrolló una campaña publicitaria bajo el lema "Vive San Pedro", la que incluyó a todas las marcas del portafolio adheridas, y cuyo objetivo fue reforzar el conocimiento de la marca madre y sus submarcas. Cabe destacar que ésta fue la primera campaña con cobertura nacional en Brasil, siendo ejecutada paralelamente también en Colombia y Venezuela. La evaluación posterior fue muy positiva, logrando además un incremento importante en las ventas. Así, la región en su total tuvo un destacable 27% de crecimiento en valor.

A su vez en Escandinavia, nuestra emblemática marca GatoNegro sobresalió una vez más al ser el vino tinto más vendido en Finlandia de acuerdo a un estudio realizado por el monopolio "Alko", posicionándose como el vino preferido entre los consumidores finlandeses.

En el plano de las distinciones enológicas, destacaron numerosos reconocimientos en variados concursos y revistas nacionales e internacionales. Entre ellos sobresalen el premio obtenido en el Decanter World Wine Awards (DWWA), concurso que se realiza anualmente en Inglaterra, donde nuestra marca 1865 Single Vineyard Sauvignon Blanc 2011 obtuvo el "Trofeo Internacional" como "Mejor Sauvignon Blanc sobre 10 libras retail". Asimismo, la prestigiosa revista especializada estadounidense Wine Spectator calificó con 93 puntos al vino Tierras Moradas Carménère 2012.

SAN PEDRO
WINE OF CHILE

Viña Tarapacá

"Historia de Medallas" en Chile y "History & Medals" en el mundo, fue el nombre de la campaña que lanzó durante el 2012 Viña Tarapacá para reforzar su identidad basada en su trayectoria y tradición enológica.

El 2012 fue un año bueno para Viña Tarapacá tanto en el ámbito de sus exportaciones como en mercado doméstico. La viña dio inicio a una nueva campaña en Chile y el mundo, centrada en su trayectoria de calidad y avalada por una larga data de reconocimientos enológicos que comenzaron en 1876.

En nuestro país, la campaña "Historia de Medallas" recogió la valiosa tradición que encierra la Casona de Isla de Maipo y una historia enológica que apela a la calidad del origen. Los resultados fueron exitosos y la marca Gran Reserva obtuvo un incremento en volúmenes de ventas de 10%.

En tanto, en el ámbito de las exportaciones, Viña Tarapacá obtuvo un crecimiento por sobre la industria, con un avance especialmente importante en ventas en China y República Checa, ambos mercados de gran relevancia para la viña. En Japón, otro importante y exigente mercado de destino, se conmemoraron 15 años de trabajo junto al importador, uno de los socios más antiguos de la viña y cuyo compromiso ha sido destacable.

Adicionalmente, en Brasil -su mercado más grande- Viña Tarapacá continuó fortaleciendo su distribución y posicionamiento como una de las viñas chilenas más importantes en ese país. Prueba de esto, es el liderazgo de su marca Gran Reserva, la que es un éxito de ventas en el rango de precio entre 50-100 USD FOB, sobre todo en ciudades como Rio de Janeiro, Vitoria, Recife y Belo Horizonte, entre otras.

Por otra parte, con el fin de robustecer la oferta de la línea Gran Reserva en el mercado brasileño, se desarrolló un Pinot Noir del Valle de Leyda. Y, en el segmento Ultra Premium, se introdujo exitosamente la cosecha 2008 del vino ícono Tara·Pakay, cuya venta fue comprometida desde antes de su arribo al mercado.

Es importante destacar el rol protagónico de la viña en el plano enoturístico. Durante el período, Viña Tarapacá fue la más visitada del año, recibiendo importantes personalidades, entre las que destacan la realizada por el Presidente de República Checa, Vaclav Klaus; Donald Tsang, Jefe Ejecutivo del Gobierno de Hong Kong; Chen Jian, Vice Ministro de Comercio de la República Popular China; entre otros.

En el ámbito de los reconocimientos, destacó la Medalla de Oro obtenida por el vino Gran Reserva Carménère 2010 otorgado en el International Wine Challenge 2012 en Inglaterra. Y en Chile, sobresalió la distinción al vino Gran Reserva Etiqueta Negra Cabernet Sauvignon 2010 en la Guía chilena Descorchados, la que circulará durante el año 2013.

En términos de operaciones, Viña Tarapacá destacó el inicio de la implementación de OCA (Optimización de la Cadena de Abastecimiento) programa de manufactura de clase mundial en Isla de Maipo.

11%

redujo Viña Tarapacá el consumo de energía térmica y eléctrica durante el 2012, gracias a la implementación de nuevas tecnologías y proyectos de eficiencia energética.

30

es el número de productores de uva que participan en el Programa de Desarrollo de Proveedores en Sustentabilidad y Responsabilidad Social, lanzada el 2012 por VSPT.

2°

lanzamiento del Reporte de Sustentabilidad bajo la metodología GRI (Global Reporting Initiative) en el 2012.

VIÑA TARAPACÁ
DESDE 1874

Viña Santa Helena

El año 2012 será recordado por la conmemoración de los 70 años de Viña Santa Helena. Como parte de la celebración, cada botella en el mundo portó una medalla distintiva en su cuello, comunicando su aniversario.

En general fue un año positivo para Viña Santa Helena, ya que la celebración de sus 70 años de trayectoria estuvo acompañada de un buen período en términos comerciales. Sus ventas siguieron creciendo en comparación al año 2011, y las exportaciones totales aumentaron un 9% en volumen. Este incremento fue impulsado, principalmente, por el mercado Latinoamericano que creció en un 19%, liderado por países como Brasil, Colombia y Paraguay.

Durante el período, destacó la apertura de Santa Helena en nuevos mercados, entre ellos Bélgica, Holanda y Ucrania. En tanto en Venezuela y Polonia, la Viña realizó cambio de importador, acción con la que se espera lograr un mayor y mejor posicionamiento de las marcas. Continuando en el ámbito internacional, destacó muy positivamente el crecimiento de marcas estratégicas de alto valor, como el vino ícono D.O.N con un crecimiento de 43 %. Por otro lado, el vino Parras Viejas, se vio robustecido a través de una campaña que tuvo como objetivo potenciar la marca bajo el nombre 100+ Parras Viejas, como parte de la estrategia de penetración y reconocimiento de la antigüedad de las parras que dan vida a este vino.

En tanto, el mercado nacional estuvo marcado por un significativo crecimiento total de 40% en sus volúmenes de venta en botella fina.

En el ámbito de nuevos desarrollos e innovaciones destacó la introducción de la primera cosecha 2012 de Vernus en su variedad Pinot Noir, de origen Paredones, zona que está generando mucho interés en la industria, por estar en el área con mayor influencia marítima del Valle de Colchagua.

46

niños del Jardín las Uvitas celebraron la Pascua de Resurrección gracias al compromiso de Santa Helena con la comunidad.

2

actividades se realizaron durante el 2012 para los niños del Jardín las Uvitas de San Fernando. Una visita al Buin Zoo y otra al Museo Interactivo Mirador, MIM.

35

bicicletas fueron reparadas durante la jornada "Recicleta" organizada a través del Concurso "Mi iniciativa 360° Sustentable" por Viña Santa Helena.

2012 Viña Santa Helena fue merecedora de destacados reconocimientos enológicos. Sobresalen los puntajes obtenidos por D.O.N 2009, en dos revistas norteamericanas, Wine Cellar Magazine donde obtuvo 92 puntos y Wine Enthusiast donde recibió 91 puntos. En tanto, Notas de Guarda 2009 fue calificado con 91 puntos en The Wine Advocate. Asimismo, dentro de las distinciones nacionales destacó la obtenida por Parras Viejas Cabernet Sauvignon 2010 con 92 puntos y Vernus Sauvignon Blanc 2012 con 91 puntos en Descorchados, guía chilena que comenzó a circular en enero de 2013.

Por último, y manteniendo su firme compromiso con la comunidad de Colchagua, Viña Santa Helena continuó realizando acciones de voluntariado en el Jardín Infantil Las Uvitas, las que durante el año 2012 incluyeron visitas recreacionales con los padres y educadoras.

Viña Misiones de Rengo

Durante el año 2012, Misiones de Rengo continuó sumando reconocimientos a través de su variedad emblema, el Carménère. Ejemplo de esto es la Gran Medalla de Oro que obtuvo su Cuvée Carménère cosecha 2011 en el Concurso Mundial de Bruselas, Chile.

Misiones de Rengo es una viña joven y contemporánea que se transformó rápidamente en una marca sólida en Chile, siendo desde el año 2006 la marca de vino más vendida en el país. Este 2012 no fue la excepción, durante el periodo alcanzó un 11,8% de participación de mercado en el segmento de botella de vinos finos, quedando como líder absoluto de la categoría.

En el transcurso del año, Misiones de Rengo lanzó en Chile la campaña de marketing "Espiral" bajo el slogan "Un gran vino. Una gran misión" centrándose en los atributos de calidad de un vino equilibrado y amigable al paladar, que invita a transformar cada momento en un instante extraordinario.

En el ámbito de las exportaciones, Misiones de Rengo tuvo un crecimiento total de 19% en sus volúmenes. Especialmente destacables son los avances logrados en importantes mercados de Latinoamérica y Asia, aumentando sus volúmenes de venta en un 37% y 48% respectivamente.

Respecto a las distinciones enológicas recibidas el año 2012, destacó la Gran Medalla de Oro obtenida por Misiones de Rengo Cuvée Carménère cosecha 2011 en el Concurso Mundial de Bruselas Chile, y las Medallas de Oro obtenidas en la Selections Mondiales des Vins en Canadá, de las que fueron merecedoras Misiones de Rengo Reserva Sauvignon Blanc 2011 y Misiones de Rengo Reserva Malbec 2010.

En términos operacionales, es importante destacar el traslado de la bodega enológica ubicada en Rengo, a las instalaciones de VSPT en Isla de Maipo. Este desplazamiento permitirá a Misiones de Rengo mejorar la eficiencia gracias a la tecnología de punta que ofrece la bodega, así como también favorecer el desarrollo de nuevas innovaciones para la marca.

MISIONES
DE RENGO

Viña Leyda continuó consolidándose como la viña Premium de clima frío costero de Chile, siendo reconocida -con distinciones nacionales e internacionales- por producir los mejores Pinot Noir y Sauvignon Blanc del país.

Viña Leyda

Viña Leyda inició el año 2012 con su ingreso en un 100% al Grupo San Pedro Tarapacá, destacando en su primer año por un sólido desempeño en términos enológicos y comerciales, tanto en mercado nacional como en el ámbito de las exportaciones.

En el mercado doméstico, el desafío estuvo puesto en mejorar el mix de ventas y crecer -fundamentalmente- con la línea de vinos Single Vineyard, con especial foco en las cepas Pinot Noir y Sauvignon Blanc.

Viña Leyda consolidó su portafolio de vinos de clima frío y además sorprendió gratamente al mercado doméstico lanzando su primer espumante Premium. El nuevo Extra Brut del Valle de Leyda fue elaborado bajo el Método Champenoise o Tradicional. La recepción de la prensa especializada fue muy buena, recibiendo entre otros, 90 puntos en la Guía Descorchados y Mesa de Cata de la revista La Cav.

En el ámbito internacional, Viña Leyda continuó con el claro objetivo de reforzar su posicionamiento en mercados estratégicos como lo son Reino Unido, Estados Unidos, Brasil y Finlandia.

Durante el período, la calidad de los vinos de Viña Leyda rindió frutos. Así quedó demostrado durante el año tras la obtención de importantes galardones enológicos nacionales e internacionales. Lot 21 cosecha 2010 fue calificado como el mejor Pinot Noir de Chile con 92 puntos por The Wine Advocate (Robert Parker), cabe destacar además que, un número importante de vinos de Viña Leyda obtuvo sobre los 90 puntos por este mismo medio. Por su parte, el Single Vineyard Pinot Noir Las Brisas 2010 obtuvo Medalla de Oro en la última versión del International Wine Challenge de Londres.

Asimismo, Viña Leyda tuvo una excelente participación en el Decanter World Wine Awards 2012, uno de los concursos más importantes de vinos a nivel internacional y que se realiza anualmente en Inglaterra. Leyda Reserva Syrah 2010 fue distinguido con un "Trofeo Internacional" , máximo reconocimiento otorgado por el jurado de esta competencia. En tanto, Single Vineyard Garuma Sauvignon Blanc 2011 fue reconocido con un "Trofeo Regional", medalla otorgada a los mejores vinos de acuerdo a la región de origen. Además, y continuando en el ámbito de los reconocimientos, cabe destacar el obtenido por Single Vineyard Las Brisas Pinot Noir 2011 distinguido como "El Mejor Pinot Noir" por la Guía Mesa de Cata de La Cav, que lo calificó con 91 puntos.

LEYDA

La bodega boutique del Grupo San Pedro Tarapacá logró durante el año 2012 un sobresaliente desempeño en el mercado doméstico, aumentando los volúmenes de venta en un 48% con respecto al año anterior.

Viña Altaïr

Durante el 2012 Altaïr continuó centrando sus esfuerzos en posicionar y reforzar los atributos de su marca en torno a la sofisticación y elegancia, con el fin de consolidarla como una viña boutique reconocida y de alto prestigio.

En términos generales, Altaïr tuvo un buen año comercial a nivel nacional e internacional, aumentando significativamente sus volúmenes de venta en el mercado doméstico, y elevando el precio promedio de ventas en exportaciones en un 24%, cifra que refleja su buen posicionamiento en los mercados asiáticos y europeos.

En Chile, obtuvo un incremento en 48% en sus volúmenes de venta con respecto al año anterior, un desempeño destacable en ambas líneas de vino, Altaïr y Sideral.

En cuanto a los hitos del año 2012 y siguiendo su filosofía ligada al arte y la cultura, Altaïr desarrolló innovadoras actividades, entre las que destacaron la "Noche de Gastronomía y Arte" en la Sala de Arte de CCU, con una cena para Sommeliers y dueños de Restaurantes. Y por otro lado, destaca también el permanente apoyo al arte, materializado a través de diversas exposiciones en el Centro Cultural Palacio La Moneda junto a visitas privadas para seguidores y clientes de Altaïr.

En el ámbito de las exportaciones, la gestión comercial estuvo centrada en mercados de gran tamaño, entre ellos Brasil, Suiza, Corea y China. Esta estrategia, junto a las mejoras tecnológicas y a las innovaciones en la identidad de la marca, trajo como consecuencia un crecimiento en los volúmenes de venta en un 41% en la marca Ícono Altaïr. Internacionalmente, destacó además la presentación de los vinos Altaïr y Sideral en Sao Paulo, con una amplia cobertura de medios especializados que catalogaron favorablemente a ambos vinos.

En el ámbito de los reconocimientos, Stephen Tanzer's International Wine Cellar (Estados Unidos) reconoció a Sideral 2007 y Altaïr 2007 con 92 puntos, mientras que a Sideral 2008 lo calificó con 91 puntos. Asimismo, en "Wine Advocate", Robert Parker, considerado uno de los críticos más influyentes de vino a nivel mundial, otorgó 92 puntos a Altaïr 2008, mientras que a Sideral 2008 lo calificó con 91 puntos.

ALTAÏR
VINEYARDS & WINERY

El año 2012 estuvo marcado por el lanzamiento de dos nuevos espumantes: Viñamar Rosé 2011 y Viñamar Extra Brut 2012. Con estos dos exponentes en el portafolio, Viñamar se consolidó como la casa de los espumantes del Grupo San Pedro Tarapacá, destinando el 70% de su producción a esta categoría.

Viñamar

Viñamar continuó durante el año 2012 enfocándose en la elaboración de espumantes, destinando el 70% de su producción a vinos espumosos, los que durante el período se convirtieron en un récord de ventas en Chile.

En este sentido, el gran hito del año en el mercado nacional fue el lanzamiento de dos nuevos espumantes. Viñamar Rosé 2011 y Viñamar Extra Brut 2012 entraron al mercado, complementando el portafolio de Viñamar junto a las tres variedades ya existentes, Brut, Demi Sec y el método tradicional o Champenoise.

La presentación de estos dos nuevos exponentes de la marca se realizó en la terraza del Hotel Noi en Vitacura, donde además se aprovechó la instancia para lanzar "La Petite Société", página web que reúne a un círculo exclusivo de amigos de Viñamar en torno a la moda, las nuevas tendencias, la vida cultural y la pasión por las burbujas. Además, liderando las nuevas tendencias del mercado y respondiendo a la evolución en el consumo de espumantes, durante el segundo semestre del año, se presentó un nuevo formato para Viñamar Extra Brut. Se trata de un envase más pequeño de 350cc, innovación que permitió a los amantes de los espumantes acceder a un consumo individual sin tranzar en la calidad.

Por otra parte, Viñamar participó activamente durante todo el año en eventos y ferias organizadas por la industria del vino en Chile, entre ellas, la Feria de Espumantes en el Hotel Monticello, la Feria de Vinos de Chile en el Hotel Plaza San Francisco, la Gala de Espumantes 2012 en el Hotel W, y Echinuco, entre otras. Todas las acciones realizadas durante el año permitieron a Viñamar posicionarse en el mercado chileno con excelentes resultados de venta, lo que se tradujo en una participación de mercado en el segmento de espumantes premium de 21,1%.

En el ámbito de los reconocimientos enológicos, destacó la distinción obtenida por el espumante Viñamar Brut N/V, reconocido con Medalla de Oro en el Concurso Mundial de Bruselas Chile 2012.

En tanto, cabe destacar que durante este período el restaurante Viñamar reabrió sus puertas con una novedosa propuesta gastronómica local. Esto tras haber sufrido los embates del terremoto que azotó al sector centro-sur de Chile en el año 2010.

viñamar
valle de casablanca

VSPT Argentina
La Celia y Tamarí

2012

La Celia aprobó exitosamente las auditorías de seguimiento de las certificaciones en Fair Trade y SIG.

La filial argentina Finca La Celia se focalizó en profundizar su estrategia comercial, la cual conllevó mejoras tanto en sus procesos productivos como en su portafolio de marcas, efectos que se comenzaron a evidenciar con una clara recuperación en exportaciones durante el último trimestre del año.

En el ámbito de mercado doméstico, las bodegas de VSPT Argentina realizaron un cambio estratégico en la comercialización de las marcas La Celia, La Consulta y GatoNegro, focalizándose en la producción y elaboración de los vinos y tercerizando la distribución. Por otra parte, destacó el exitoso relanzamiento de la marca Tamarí, a través de la distribución por parte de CCU Argentina.

Adicionalmente -y ante su creciente demanda-, se inició un proceso de reconversión de los viñedos hacia la variedad Malbec en los predios ubicados en el corazón del Valle de Uco, Mendoza. Esto debido a la alta calidad de esta cepa en dicha zona.

Bajo el alero de la nueva estrategia comercial y productiva, en exportaciones La Celia experimentó una expansión en sus ventas, pese a que la industria argentina decreció por primera vez en muchos años en torno al 4%. En tanto las principales marcas de VSPT Argentina crecieron en promedio sobre un 40% respecto del año anterior. Es importante resaltar además, que durante el segundo semestre del año 2012 se logró un precio promedio de exportación de US$ 28,2/caja de 9 litros, valor un 11% mayor que el año 2011.

Cabe destacar que, durante el período se apreciaron importantes crecimientos en volumen en los mercados de Inglaterra (381%), Colombia (36%) y en Estados Unidos (2%).

Asimismo, VSPT Argentina cerró contratos con nuevos distribuidores en Estados Unidos, Inglaterra, Colombia, Finlandia, Suecia, Canadá y China; así como también consiguió sacar adelante importantes negocios nuevos, destacando el logrado con una importante cadena de Supermercados inglesa, y los obtenidos con importantes tenders en Finlandia, Suecia y Canadá.

En el ámbito de los reconocimientos, sobresalen las calificaciones de Robert Parker en The Wine Advocate con 93 puntos a La Celia Supremo Malbec 2008 y La Celia Heritage Malbec 2008, y con 90 puntos a La Celia Elite Malbec-Cabernet Franc 2009 y Tamari Zhik Malbec 2008. En tanto, la revista estadounidense Wine Enthusiast calificó con un Best Buy a Tamarí Reserva Malbec 2011.

Un nuevo gran avance en el plano de la Sustentabilidad y Responsabilidad Social marcó el año 2012, aprobando exitosamente las auditorías de seguimiento de Comercio Justo o "Fair Trade" y de las normas ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 e ISO 22000, las que contemplaron todo el ciclo productivo, además del trabajo desarrollado en los viñedos y la totalidad de los procesos enológicos.

VSPT Argentina se concentró durante el año 2012 en realizar un giro estratégico, tanto en el ámbito comercial como operacional.

Ferias y Eventos

A nivel nacional, destacó la participación en la Feria Vinos de Chile, organizada por el Hotel Plaza San Francisco, actividad que reunió a 70 viñas, las que expusieron sus más recientes cosechas. La feria, que se realizó en septiembre, contó con la participación de cinco mil personas, quienes pudieron disfrutar de vinos de Viña San Pedro, Tarapacá, Leyda y de espumantes de Viñamar.

Por su parte, los espumantes tuvieron también sus propias exhibiciones. Viñamar participó activamente en la primera Feria de Espumantes, organizada por el Hotel Monticello, y en la primera Gala de Espumantes organizada por El Mundo del Vino, Revista Placeres y Hotel W, la que congregó a más de 20 expositores. Con una espectacular puesta en escena, los asistentes tuvieron la oportunidad de degustar las últimas novedades en espumantes.

A mediados de octubre, Viña San Pedro, Viña Tarapacá y los espumantes de Viñamar participaron en las Noches del Vino, actividad que congregó a 800 personas y que se realizó en la ciudad de Valparaíso, V Región.

Durante el mes de noviembre, VSPT estuvo presente en dos importantes eventos para la industria, por un lado la quinta Feria de Vinos de Lujo en el Hotel Hyatt y por otro lado, la Gala del Vino en Casas de Lo Matta, organizada por Vinos de Chile, la que este año conmemoró su 20ª versión.

Además, durante el año 2012 VSPT tuvo la oportunidad de participar en dos ferias temáticas. El Encuentro de Nuestra Cocina Chilena (Echinuco), el que por segundo año consecutivo se realizó en el Centro Cívico del Parque Bicentenario en Vitacura. Cabe destacar que en esta ocasión los Espumantes de Viñamar fueron auspiciadores de la actividad, aprovechando la instancia para presentar los nuevos Viñamar Rosé y Extra Brut. Durante la jornada asistieron más de 25 mil personas.

Por otro lado, Viñamar también participó como auspiciador en la segunda versión de Chicureo Bazar, actividad que se realizó en la Hacienda Guay Guay y que reunió cerca de 100 expositores de diversas categorías.

Con respecto a los eventos, durante el año 2012 destacaron tres actividades. Por un lado, la presentación de dos innovaciones –Viñamar Rosé y Viñamar Extra Brut y el lanzamiento de La Petite Société, evento que se realizó en el Hotel Noi.

Por otro lado, en la Cena Anual de la Industria, evento organizado por la SOFOFA, y al que asistieron destacadas personalidades nacionales como el Presidente de la República, ministros

Durante el período, VSPT participó en distintas ferias y eventos donde tuvo la oportunidad de dar a conocer la calidad de sus vinos tanto a clientes y potenciales clientes como consumidores a nivel nacional e internacional.

de Estado, legisladores y líderes de las distintas ramas empresariales tuvieron la oportunidad de disfrutar durante el cóctel y la comida de vinos Castillo de Molina de Viña San Pedro.

Además, cabe destacar la celebración de los 18 años del vino ícono de Viña San Pedro, Cabo de Hornos, con un almuerzo que reunió a prensa especializada a nivel nacional en un encuentro liderado por el enólogo Marco Puyo. El almuerzo fue maridado con seis cosechas memorables de este vino, presentándose de forma inédita la cosecha 2008 de Cabo de Hornos.

Paralelamente, a nivel internacional VSPT participó en cuatro importantes ferias. Destacan Prowein, tercer recinto ferial más importante de Alemania (Düsseldorf), que en su versión 2012 contó con la participación de más de 3.500 expositores y 39 mil visitantes. Esta feria, que cada año cuenta con más visitantes, se ha transformado en una de las más relevantes de Europa.

En junio, destacó la participación de VSPT en Vinexpo que se realizó en la ciudad de Hong Kong, China. Ésta es la feria de vinos más relevante del mercado asiático, y durante el año 2012 fue visitada por más de 15 mil compradores y profesionales del rubro. Además, contó con la participación de más de mil expositores, acaparando las miradas del mundo del vino. La actividad, que se desarrolló en tres días, contó además con la participación de Luis Schmidt, Embajador de Chile y Mario Artaza, Cónsul de Chile ambos en Hong Kong; y Gustavo Tornero, subdirector de ProChile.

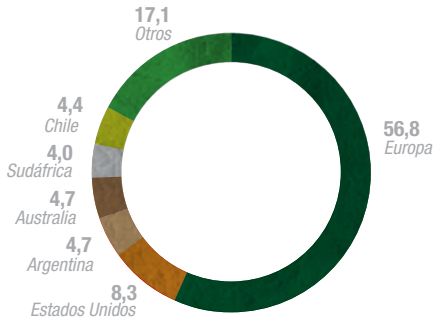
Por otro lado, es importante resaltar la participación en Prodexpo en Rusia. Y es que esta exposición anual realizada en la ciudad de Moscú, ha jugado un papel importante en la estimulación de la industria en Europa del Este, congregando año a año a importantes empresas de retail.

Por último, durante el período destacó la participación de VSPT en la feria Playhouse International Wine Festival en Vancouver, Canadá, que en su versión N°34 deleitó a los miles de asistentes que concurrieron a una de las ferias vitivinícolas más grandes y antiguas del mundo.

Actividades y Negocios de la Entidad

El complejo escenario económico mundial fue una de las principales causas de que la industria vitivinícola no creciera. Pese a esto, Viña San Pedro Tarapacá S.A. tuvo en exportaciones un crecimiento de 10% en volumen y 1% en precio promedio.

Producción Mundial de Vino (%)



Fuente: De acuerdo a los datos de la OIV (International Organization of Vine and Wine) la producción mundial de vino estimada para el año 2012 se situó en cerca de 250 millones de hectolitros.

Descripción de la Industria Vitivinícola Mundial

La industria vitivinícola mundial viene experimentando hace años un importante desarrollo, el que es liderado por los países europeos. Sin embargo, el desarrollo tecnológico y de negocios, sumado a la calidad de las producciones vitivinícolas de países como Estados Unidos, Australia, Sudáfrica, Argentina y Chile ha atraído a nuevos consumidores alrededor del mundo, quienes han tenido la posibilidad de disfrutar nuevos e innovadores productos.

De acuerdo a los datos de la Organización Internacional del Vino (OIV), la producción mundial de vino estimada para el año 2012 sufrió una leve disminución respecto del año anterior, situándose en torno a los 250 millones de hectolitros. Pese a que la baja se debió a la disminución de la producción en países como Francia, España e Italia, Europa sigue siendo el principal productor (56,8%) y consumidor de vino en el mundo. En tanto, países como Estados Unidos, Australia y Chile aumentaron levemente su producción durante este período.

Exportaciones chilenas por Producto (%)

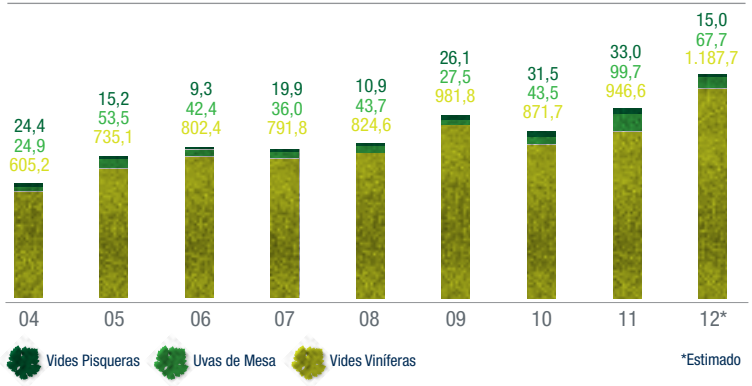
Fuente: Vinos de Chile.

Descripción de la Industria Vitivinícola Chilena

Calidad y precios competitivos han sido factores claves en la entrada y posicionamiento de los vinos chilenos en mercados internacionales. Si bien, nuestro país sigue siendo un pequeño participante, tuvo un leve incremento en la producción del año 2012 respecto al año anterior, alcanzando los 4,4 millones de hectolitros.

Wines of Chile, la organización que tiene como misión promocionar la imagen país a través de sus oficinas en Chile, Inglaterra y Estados Unidos, sigue siendo la plataforma para todas las viñas chilenas asociadas a la organización, que permite anualmente a las viñas exportadoras participar de distintos concursos, eventos y ferias internacionales.

Evolución de la Producción, Chile (MM Litros)



Fuente: Elaborado por ODEPA sobre la base de los antecedentes del SAG y el Servicio Nacional de Aduanas.

Composición de las Vides de Vinificación, Chile (%)

Fuente: SAG.

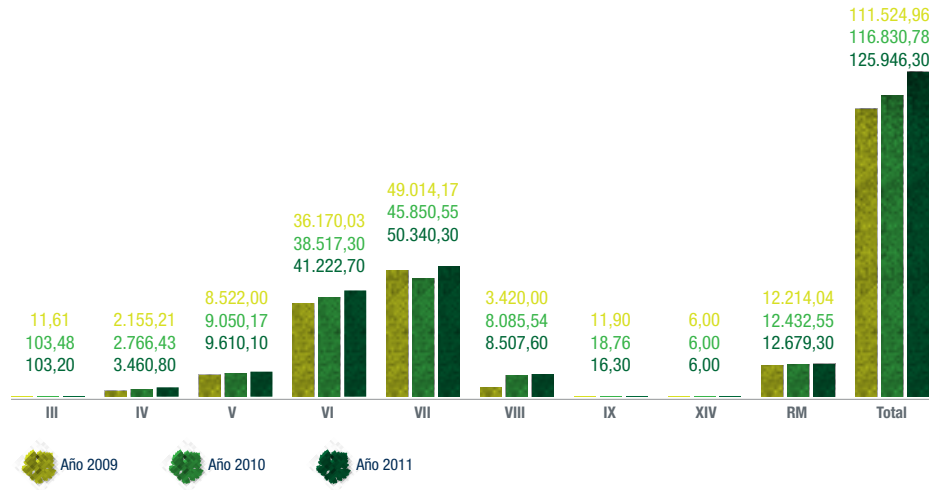
Superficie y Producción

Con respecto a la superficie plantada en Chile, es importante destacar que evidencia un aumento progresivo desde el año 2008. Así por ejemplo, el año 2012 la superficie plantada en nuestro país tuvo un incremento del 8% respecto del año anterior.

Las principales variedades destinadas a la vinificación en Chile son Cabernet Sauvignon y Sauvignon Blanc. En el año 2012, la superficie plantada con cepas tintas triplicó las destinadas a cepas blancas.

Con respecto a la evolución en la producción del año 2012 destacó el aumento de la producción de vides viníferas, así como también la disminución de la producción de uvas de mesa y vides pisqueras en un 30 y 50 % respectivamente. Cifras entregadas por Odepa, en comparación al año anterior.

Superficie Total Plantada, Chile



Fuente: SAG.

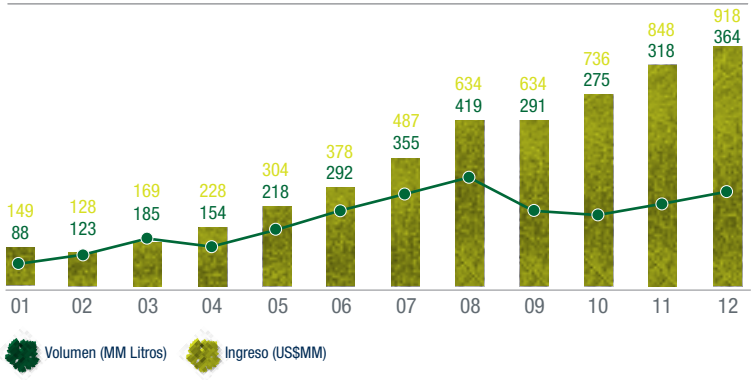
Volúmenes de Exportación, Chile

(Incluye Granel)

Fuente: Vinos de Chile.

Volúmenes de Exportación, Argentina

(Incluye Granel)



Fuente: Caucasia

Descripción del Mercado Doméstico Chileno

Actualmente en Chile, el consumo se estima entorno a los 12,1 litros per cápita anual. Cifra que no ha variado significativamente en los últimos años. Respecto de los formatos y de acuerdo a cifras Nielsen, el 47,4% del consumo corresponde a vino en caja, un 49,1% a vino embotellado y un 3,4 % a envases plásticos y latas.

Descripción del Mercado de Exportaciones Chileno

El complejo escenario económico mundial fue una de las principales causas de que la industria vitivinícola no creciera.

Las cifras reflejan ingresos que alcanzaron los USD$MM 1.790 en el 2012, esto es, un 5,8 % más que el 2011. Y, un aumento en volumen de venta de $85 MM, lo que significa un 12,8% más que el periodo anterior.

Descripción de la Industria Vitivinícola Argentina

A mediados de la década del noventa, Argentina aceleró su desarrollo exportador de vinos y espumantes, acción que le permite situarse hoy como el quinto productor mundial y el noveno en términos de consumo. Sus principales mercados de destino son Estados Unidos, Canadá, Brasil, Reino Unido y los Países Bajos.

Es importante destacar que durante el año 2012 las exportaciones argentinas tuvieron un importante incremento en ventas en los mercados de China, Japón, Venezuela y Rusia.

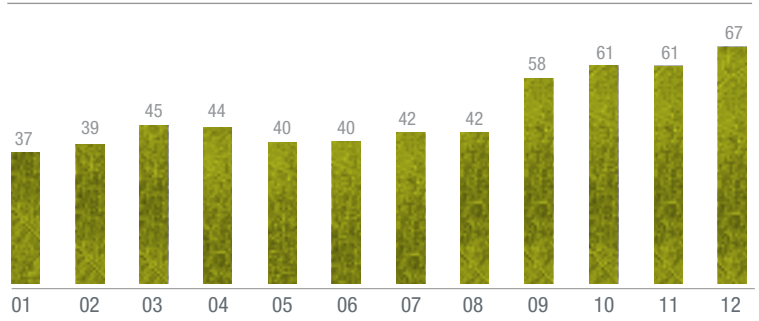
Superficie y Producción

La superficie total plantada en Argentina asciende a las 218 mil hectáreas. Sin embargo pese a ser una industria madura, el año 2012 experimentó una caída de un 23% en su producción llegando a 2.238 millones de kilos de uvas. En tanto, las bodegas activas suman 952, esto de acuerdo a la información otorgada por el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV).

Descripción del Mercado Doméstico Argentino

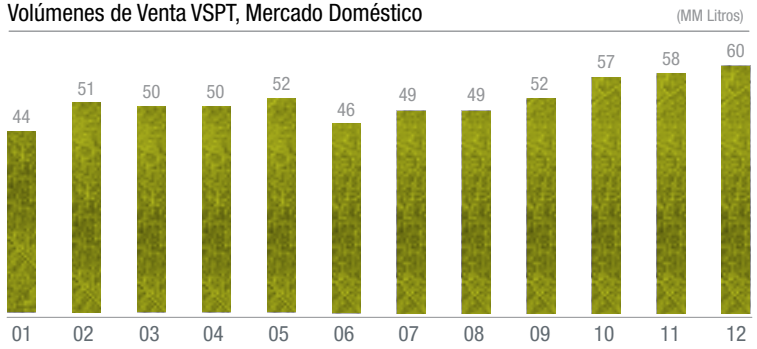
De acuerdo a las estimaciones realizadas por el Instituto Nacional de Vitivinicultura y Variaciones Euromonitor, el consumo en Argentina durante el 2012 superó levemente los mil millones de litros,

Volúmenes de Venta VSPT, Exportaciones*



*Incluye Chile y Argentina.

Volúmenes de Venta VSPT, Mercado Doméstico



lo que implica un alza de aproximadamente 3% en relación con el año 2011.

Descripción del Mercado de Exportaciones Argentino

Las exportaciones argentinas siguen mostrando una tendencia sostenida de aumento de su valor en USD. En cuanto a volumen, se aprecia un comportamiento más volátil, debido a la exportación de vinos a granel.
Durante el año 2012, Argentina exportó 364 millones de litros (incluyendo graneles) por un monto de US$918millones.

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. En consecuencia, 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 conseguir el más alto estándar de producción vitivinícola, con el fin de proporcionar al Área enológica uvas que cumplan con los requisitos de calidad necesarios para la producción de las distintas líneas de vinos del Grupo y en cada uno de los segmentos de precio. El área Agrícola es responsable de que la producción alcance un costo que permita hacerla sostenible en el tiempo.

La producción de VSPT se realiza bajo las pautas que impone el Enfoque 360° Sustentable, tanto en los ámbitos medioambientales como en los de Responsabilidad Social Empresarial.

La producción se encuentra a lo largo del país, en diversas zonas donde se encuentran los valles vitivinícolas más importantes de Chile y que van desde el Elqui (IV Región) hasta el Bío-Bío (VIII Región). De esta forma, la Compañía dispone de variedades y calidades diversas, potenciadas por los terroirs que les dan origen. Estas particularidades, sumadas a un adecuado manejo agrícola y enológico, son la base para la elaboración de vinos de calidad del Grupo VSPT.

Una de las principales tareas del área Agrícola, es la administración de las 4.352 hectáreas plantadas, propias y arrendadas, de las cuales 2.524 corresponden a Viña San Pedro, 677 a Viña Tarapacá, 98 a Santa Helena, 203 a Leyda, 71 a Altaïr, 91 a Viñamar, 168 a Casa Rivas, y 520 a Finca La Celia (Argentina).

Como parte de la gestión agrícola, las viñas del Grupo promueven prácticas amigables con el entorno. Destaca por ejemplo el Manejo Integrado de Plagas, método racional y eficaz de control de plagas y enfermedades, malas hierbas y pestes donde se combina el uso de productos fitosanitarios, organismos beneficiosos y prácticas culturales.

La capacitación constante de los trabajadores, las buenas prácticas agrícolas, el cuidado del medioambiente y la permanente búsqueda de nuevas tecnologías que hagan más eficiente los procesos, son la clave para una producción sustentable, con vinos de variadas calidades, minimizando el uso de agroquímicos, energía y agua.

Enología

El Área Enológica 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. Esta es la que finalmente imprime un sello característico a cada viña.

Sus tareas se extienden desde la elaboración del vino, hasta la revisión y control de la compra de los insumos que se utilizarán en los distintos procesos productivos. Además, se encarga de todas las eventualidades que puedan surgir en el proceso de producción.

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.

Asimismo, 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. Por ejemplo, VSPT posee

certificaciones ISO y HACCP, iniciativas que permiten aplicar en el trabajo diario las mejores y más modernas técnicas para mejorar la calidad de sus vinos.

Envasado

Tras la labor enológica y de guarda, comienza el proceso de envasado en las distintas bodegas del Grupo. Actualmente, VSPT cuenta con 3 bodegas propias donde concentra las operaciones de envasado de todas las viñas. Entre ellas destaca, Planta Molina, con una cadena de abastecimiento de estándares mundiales y una capacidad productiva cercana 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 a las distintas unidades comerciales. Esta asistencia 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 más de 20 depósitos distribuidos a lo largo del país y una flota promedio de 300 camiones en distribución de acarreo y 890 en distribución de porteo.

En tanto, la Gerencia de Operaciones es responsable de la cadena de suministros, coordinando además la logística y distribución de los productos desde las plantas productivas hasta el puerto, donde el vino es embarcado para llegar a destino, 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.

De acuerdo al informe de Viñas de Chile, VSPT es la segunda mayor viña exportadora del país, con un 13,1% de participación de mercado en volumen envasado durante el 2012. En tanto, a nivel de mercado doméstico, es el tercer mayor grupo vitícola en términos de participación, con un 26,7%, según los datos proporcionados por Nielsen.

En el mismo período, los volúmenes de ventas totales de vino envasado de VSPT alcanzaron los 127,6 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.

LA COMPOSICIÓN DE LA SUPERFICIE PLANTADA 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	1.206	Propia
San Pedro	Valle del Maule	Pencahue	Pencahue	811	Propia
San Pedro	Valle del Cachapoal	Requínoa	Totihue	100	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	16	Propia
San Pedro	Valle del Maipo	Buin	Maipo	44	Arrendada
Subtotal San Pedro				2.524	
Tarapacá	Valle del Maipo	Isla de Maipo	El Rosario de Naltahua	677	Propia
Santa Helena	Valle de Colchagua	San Fernando	San Fernando	98	Arrendada
Viñamar	Valle de Casablanca	Casablanca	Casablanca	65	Propia
Viñamar	Valle de Casablanca	Casablanca	Loyola	26	Arrendada
Casa Rivas	Valle del Maipo	María Pinto	Santa Teresa	168	Propia
Sub Total VM				259	
Altaïr	Valle de Rapel	Requínoa	Altaïr	71	Propia
Leyda	Valle Leyda	Leyda	El Maitén	112	Propia
	Valle Leyda	Leyda	El Granito	91	Arrendada
Subtotal Leyda				203	
Subtotal Chile				3.832	
Finca La Celia	Valle de Uco	San Carlos	Finca La Celia	520	Propia
Total VSPT*				**4.352**	

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

LA CAPACIDAD INSTALADA DEL GRUPO SAN PEDRO TARAPACÁ 2012 SE DESGLOSA EN EL SIGUIENTE CUADRO:

BODEGA	MOLINA	LONTUÉ	TARAPACÁ	SANTA HELENA	MISIONES DE RENGO	LEYDA	ALTAÏR	VIÑAMAR	CASA RIVAS	LA CELIA	TAMARÍ
Infraestructura	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	Si	Si
Recepción de Uvas	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	No	Si	Si
Elaboración	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	No	No	Si	Si
Vinificación	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	No	No	Si	Si
Guarda	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	Si	Si
Envasado	Si	Si	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No
Capacidad Envasado Máxima Litros/Hora	27.000	34.500	11.000	0	0	0	0	0	0	4.500	0
Capacidad Bodega Vinos (miles de Litros)	**38.000**	**11.000**	**26.529**	**2.000**	**0**	**0**	**600**	**1.000**	**0**	**7.500**	**2.440**

Fuente: VSPT

Políticas de Inversión y Financiamiento

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, 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

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, 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.

Actividades realizadas por el Comité de Directores durante el ejercicio 2012:

Comité de Directores

I. INTEGRACIÓN: En el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., sesión Nº 868, celebrada el día 19 de abril de 2012, el Director señor Carlos Mackenna Iñiguez, quien había sido designado director (independiente del controlador) de la Sociedad en su Junta de Accionistas N° 66 celebrada el 11 de abril de 2012, nombró a los señores Gustavo Romero Zapata (relacionado con el controlador) y Patricio Jottar Nasrallah (relacionado con el controlador), asimismo nombrados en la Junta N° 66 como directores de la Sociedad, para integrar el Comité en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley Nº18.046. Posteriormente, en la sesión Nº 133 del Comité de Directores, los miembros del Comité, se designó en el cargo de Presidente del Comité al Director don Carlos Mackenna Iñiguez.

II. FUNCIONAMIENTO Y MATERIAS TRATADAS: El Comité sesionó en 11 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, 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 2012 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 2012 se resumen a continuación:

- Revisión y análisis de los estados financieros trimestrales y anuales previo a su examen por el Directorio.
- 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, ejecutivos y trabajadores.
- 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 revisó el informe de control interno de los auditores externos.
- Examen de los términos y condiciones de las siguientes nuevas transacciones con personas relacionadas o modificación de las existentes, para ser sometidas a consideración del Directorio, conforme al Título XVI de la Ley Nº 18.046:

a) Tomó conocimiento cuatrimestralmente de las siguientes operaciones efectuadas por la Sociedad conforme a lo autorizado por el Directorio: operaciones que no sean de monto relevante, operaciones que conforme a las políticas generales de habitualidad determinadas por el Directorio, sean ordinarias en consideración al giro social y operaciones entre personas jurídicas en las cuales la Sociedad posea directa o indirectamente el amenos 95% de la propiedad de la contraparte.

b) Examinó los antecedentes de las siguientes operaciones con partes relacionados no comprendidas en el párrafo anterior, previo a su examen y aprobación por el Directorio:

- Venta de Activos (cubas, galpón y equipamiento industrial) entre VSPT con Viña del Mar de Casablanca S.A. /Viña Misiones de Rengo S.A./Viña Valles de Chile S.A.
- Cesión de contrato a VSPT del contrato de arrendamiento de bodega y campos Selentia S.A. de Viña Santa Helena S.A.
- Suscripción contrato de arrendamiento predio Viñedos Leyda S.A.
- Contratos de compra de vinos a granel a Viña Tabalí S.A.
- Contratación servicios de publicidad a Canal 13 SPA y aumento valores.
- Prestación de servicios de bodegaje de vinos Viña del Marca de Casablanca S.A.
- Ventas de barricas usadas para la Unificación de la Operación Enológica en VSPT Isla Maipo, Viña del Mar de Casablanca S.A., Viña Santa Helena S.A. Viña Misiones de Rengo S.A., Viña Valles de Chile S.A.
- Venta activo fijo línea envasado marca Bertolaso año de fabricación 1996 Viña del Mar de Casablanca S.A. Comprador VSPT.
- Venta de activo fijo Bins (439 unidades) Viña del Mar de Casablanca S.A. Comprador VSPT.
- Venta activo fijo vehículos (2 unidades); Viña del Mar de Casablanca S.A. Comprador VSPT.
- Venta de Cuba importación en tránsito de Viña Altaïr S.A. Comprador VSPT.
- Venta activo fijo Bins (720 unidades) Viña Santa Helena S.A. Comprador VSPT.
- Venta activo fijo vehículos (6 unidades) Viña Santa Helena S.A. Comprador VSPT.
- Venta activo fijo Bins (1.151 unidades) Viña Misiones De Rengo S.A. Comprador VSPT.
- Venta activo fijo vehículos (2 unidades) Viña Misiones De Rengo S.A. Comprador VSPT.
- Venta activo fijo vehículos (1 unidades) Transportes SURSOL (hoy Viñas Orgánicas SPT S.A.). Comprador VSPT.
- Venta activo fijo vehículos (10 unidades) Viña Valles de Chile S.A. Comprador VSPT.
- Arriendo en Leyda de 74,91 hectáreas plantadas para la producción de uva – Fundo el Granito. Viña Valles de Chile S.A., Viña San Pedro Tarapacá 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. y entre la filial Finca la Celia y CICSA, durante el ejercicio y las aplicables para el año 2013.

III. GASTOS: Los directores integrantes del Comité percibieron la dieta determinada por la 66ª Junta 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 2012, 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 Identidad

Estructura Accionaria

Viña San Pedro Tarapacá S.A. es controlada, indirectamente, por Compañía Cervecerías Unidas S.A., quien posee el 60,45 % de las acciones de la Sociedad al 31 de diciembre de 2012. 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 81,3% 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 Limitada es una sociedad de responsabilidad limitada chilena cuyo controlador actual es Heineken Americas B.V., sociedad de responsabilidad limitada holandesa, filial de Heineken Internacional 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 holandesa L'Arche Green N.V., sociedad filial de la sociedad L'Arche Holding S.A., esta última controlada por la familia Heineken. La persona natural que posee el 99% de las acciones de L'Arche Holding S.A. es la Sra. C.L. de Carvalho-Heineken.

Los doce principales accionistas de la Sociedad poseen el 97,48 % de su propiedad, los cuales se identifican a continuación:

PRINCIPALES ACCIONISTAS DE LA SOCIEDAD (AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012)

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	RUT	ACCIONES AL 31/12/2012	% PARTICIPACIÓN
CCU INVERSIONES S A	76.593.550	24.161.213.110	60,45%
COMPANIA CHILENA DE FÓSFOROS S A	90.081.000	11.990.908.990	30,00%
AFP PROVIDA SA	98.000.400	1.179.867.088	2,95%
INVERSIONES LOS TULIPEROS LIMITADA	76.447.620	453.439.895	1,13%
BANCHILE C DE B S A	96.571.220	377.849.968	0,95%
CELFIN CAPITAL S A C DE B	84.177.300	230.041.230	0,58%
BCI C DE B S A	96.519.800	141.420.403	0,35%
HMG GLOBETROTTER	47.005.260	116.405.408	0,29%
SANTANDER S A C DE B	96.683.200	97.463.372	0,24%
BANCO DE CHILE POR CUENTA DE TERCEROS NO RESIDENTES	97.004.000	85.840.677	0,21%
INVERSIONES ORENGO SA	90.170.000	73.005.467	0,18%
LARRAIN VIAL S A CORREDORA DE BOLSA	80.537.000	61.510.487	0,15%
		38.968.966.095	**97.48%**

TRANSACCIONES TRIMESTRALES EN BOLSA, DE LOS ÚLTIMOS DOS EJERCICIOS ANUALES:

Promedios por Trimestre

TRIMESTRE/AÑO	N° ACCIONES TRANSADAS	MONTO ($)	PRECIO PROMEDIO $
1er Trimestre 2011	303.642.169	1.307.868.165	4,3
2do Trimestre 2011	526.327.824	2.116.664.585	4,0
3er Trimestre 2011	105.942.188	407.470.995	3,8
4to Trimestre 2011	58.763.774	212.059.550	3,6
1er Trimestre 2012	410.009.476	1.380.607.436	3,4
2do Trimestre 2012	294.577.989	957.634.162	3,3
3er Trimestre 2012	4.916.502.710	14.704.213.074	3,0
4to Trimestre 2012	595.860.896	1.769.862.759	3,0

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

A continuación se resumen las transacciones de acciones por parte de personas relacionadas de los dos últimos años.

AÑO	FECHA DE TRANSACCIÓN	COMPRADOR/RELACIÓN CON LA SOCIEDAD	N° DE ACCIONES TRANSADAS	PRECIO UNITARIO ($)	PRECIO TOTAL ($)
2011	-	-	-	-	-
2012	sep	CCU Inversiones S.A./ Accionista Mayoritario	150.000	2,880	432.000
	sep	CCU Inversiones S.A./ Accionista Mayoritario	860.000	2,900	2.494.000
	sep	CCU Inversiones S.A./ Accionista Mayoritario	12.311.175	2,999	36.921.214
	sep	CCU Inversiones S.A./ Accionista Mayoritario	3.889.405.428	3,000	11.668.216.284
	oct	CCU Inversiones S.A./ Accionista Mayoritario	44.380.383	3,000	133.141.149
	nov	CCU Inversiones S.A./ Accionista Mayoritario	617.000	2,930	1.807.810
	nov	CCU Inversiones S.A./ Accionista Mayoritario	1.255.951	2,950	3.705.055
	nov	CCU Inversiones S.A./ Accionista Mayoritario	225.060.475	3,000	675.181.425

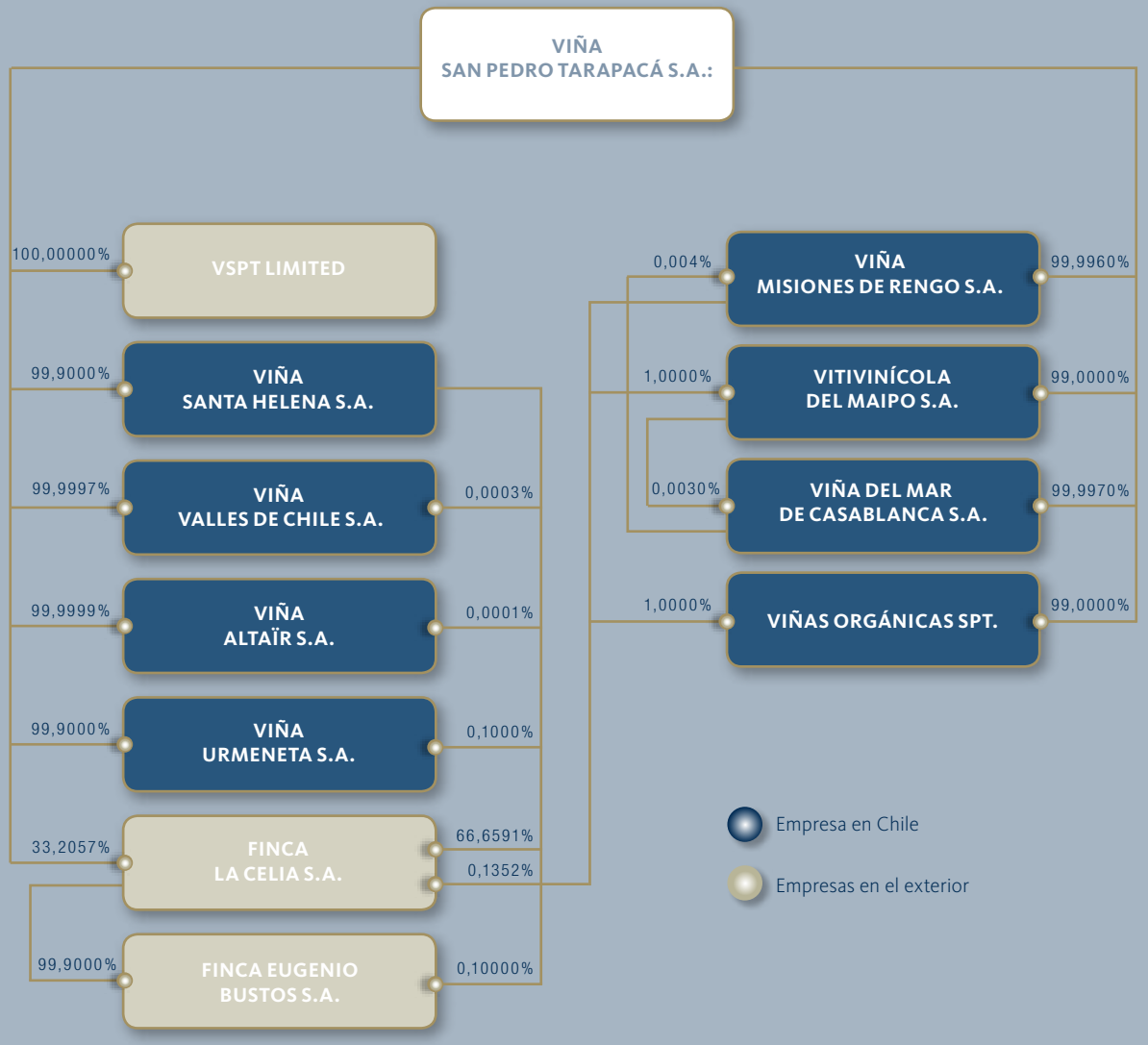
Política de Dividendos

La política de dividendos expuesta por el Directorio en la 66ª Junta Ordinaria de Accionistas, que se celebró el 11 de abril de 2012 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 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

FECHA DE PAGO	TIPO/N°	MONTO TOTAL A DISTRIBUIR ($)	$ POR ACCIÓN	UTILIDAD AÑO
20-04-2010	Definitivo N°14	5.246.173.377	0,131253770	2009
06-05-2011	Definitivo N°15	10.000.018.400	0,250190000	2010
20-04-2012	Definitivo N°16	6.660.346.884	0,166634910	2011

Estructura Societaria y Remuneraciones



Remuneración del Directorio

En la 66ª Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el 11 de abril de 2012, se aprobó una remuneración para el Directorio por el ejercicio 2012 y hasta la celebración de la próxima Junta Ordinaria de Accionistas. Dicha remuneración consiste en una dieta mensual por asistencia al directorio de 40 Unidades de Fomento para cada director, correspondiéndole el doble para el Presidente del Directorio, independiente del número de sesiones a la que asista en un mes, más una cantidad equivalente al 1% de las utilidades del ejercicio de la Sociedad a distribuirse a razón de una décima parte para cada Director y una décima parte adicional para el Presidente de la Sociedad, y en proporción al tiempo que cada uno hubiese servido el cargo durante el año 2012.

De acuerdo a lo anterior, los Directores recibieron durante el ejercicio 2012, por concepto de dieta y participación, las siguientes remuneraciones:

M$ TOTAL PAGADO DURANTE EL AÑO 2012 (VALORES EN PESOS ACTUALIZADOS AL 31-12-2012)

DIRECTOR	RUT	2012		2011	
		DIETA[1]	PARTICIPACIÓN	DIETA[1]	PARTICIPACIÓN
Guillermo Luksic Craig	6.578.597-8	3.610	26.641	5.229	15.314
René Araneda Largo	5.849.993-5	10.839	13.321	10.472	7.657
Felipe Joannon Vergara	6.558.360-7	10.839	13.321	10.472	7.657
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3	18.957	13.321	15.802	8.897
Carlos Mackenna Iñiguez	4.523.336-7	11.677	0	0	0
Philippe Pasquet	48.090.105-3	9.936	13.321	7.001	7.657
Jorge Luis Ramos Santos	48.147.062-5	9.043	7.645	5.273	0
Gustavo Romero Zapata	5.546.329-8	18.043	13.321	15.308	8.515
José Luis Vender Bresciani	5.024.651-5	8.137	13.321	10.472	7.657
Domingo Cruzat Amunátegui[2]	6.989.304-k	1.082	7.878	10.794	8.897
Giorgio Maschietto Montuschi[2]	4.344.082-9	0	5.675	3.442	7.657
Ernesto Tironi Barrios[2]	4.773.816.-4	7.101	5.443	5.008	0
Total		109.264	133.208	99.273	79.908

(1) Dieta incluye remuneración de miembros Comité de Directores.
(2) Al 31 de diciembre de 2012, los señores Cruzat, Maschietto y Tironi, no eran miembros del Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A.

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 director de estas últimas.

Gastos Asesoría al Directorio

Durante el año 2012, el Directorio incurrió en gastos de asesoría por un monto de $19.510.260.

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

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

Durante el ejercicio 2012, los ejecutivos principales, gerentes y otros ejecutivos del Grupo San Pedro Tarapacá percibieron como remuneración y beneficios la cantidad de $ 2.748 millones, valor que incluye $ 287 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 2012. Durante el mismo período, se pagó $ 117 millones en indemnizaciones por años de servicio, cifra incluida en el monto antes informado.

(*) (**) El señor Araneda ejerció el cargo de Vicepresidente Ejecutivo de Viña San Pedro Tarapacá S.A. hasta el 20 de diciembre del año 2012. A contar de dicha fecha ejerce el cargo de Vicepresidente de la Sociedad.

Marco Normativo

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

Hechos Relevantes, Esenciales y Otros Antecedentes

Durante el año 2012, Viña San Pedro Tarapacá S.A. informó a la Superintendencia de Valores y Seguros los siguientes hechos esenciales:

- **6 de marzo de 2012:**
  Informa que el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., en su sesión del día 6 de marzo de 2012, acordó proponer a la próxima Junta Ordinaria de Accionistas, el reparto de un dividendo definitivo de $0,16663491208 pesos por acción. Se propondrá pagar este dividendo definitivo a contar del día 20 de abril de 2012.

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

- **12 de Marzo de 2012:**
  Informa que el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., en su sesión celebrada el día 1 de marzo de 2012, acordó citar a Junta Ordinaria de Accionistas, para el día 11 de abril de 2012, a celebrarse en la Sala de Arte CCU, con el objeto de tratar las materias que siguen:

1. Cuenta del Presidente.
2. Aprobación de la Memoria Anual, Balance, Estados Financieros e Informe de los Auditores Externos de la Sociedad correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2011.
3. Distribución de las utilidades del ejercicio 2011 y reparto de dividendos.
4. Exposición respecto de la política de dividendos de la Sociedad e información sobre los procedimientos a ser utilizados en la distribución de los mismos.
5. Elección del Directorio.
6. Determinación de la remuneración del Directorio para el ejercicio 2012.
7. Determinación de la remuneración de los miembros del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2012.
8. Designación de Auditores Externos para el ejercicio 2012.
9. Cuenta de las actividades realizadas por el Comité de Directores durante el ejercicio 2011.

10. Cuenta de las operaciones a que se refiere el artículo 147 de la Ley Nº 18.046.

11. Tratar cualquier otro asunto de interés social que sea de competencia de esta Junta, de conformidad con la ley y los estatutos sociales, entre estos: (a) informar las empresas clasificadoras de riesgo contratadas para el ejercicio 2012, (b) gastos del Directorio, (c) costo envío información requerida por Circular 1.494 de la Superintendencia de Valores y Seguros.

    Además, informa 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 Consolidados de la Sociedad al 31 de diciembre de 2011 se realizó en el sitio Internet www.vspt.cl sección Información legal y corporativa, el 1 de febrero de 2012, dándose cumplimiento a lo dispuesto el artículo 76 de la ley 18.046.

Información de Interés para el Mercado:

- 3 de abril de 2012: Se informa renuncia presentada por el señor Marcelo Srbovic, Gerente General de la filial Finca La Celia S.A.

- 20 de abril de 2012: Se informa que en la Junta de Accionistas celebrada el 11 de abril de 2012, resultaron elegidos como directores, por un período de tres años, los señores René Araneda Largo, Felipe Joannon Vergara, Patricio Jottar Nasrallah, Guillermo Luksic Craig, Carlos Mackenna Iñiguez, Philippe Pasquet, Jorge Luis Ramos Santos, Gustavo Romero Zapata y Jorge Luis Vender Bresciani.

- 1 de agosto de 2012: Se informa que el Grupo San Pedro Tarapacá (VSPT) obtiene un importante crecimiento durante el primer semestre 2012.

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$ 85.822
Porcentaje de Tenencia:	99,9000 %
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	0,5610%

Directorio
Presidente:

René Araneda Largo
(Vicepresidente 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 2012

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%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	3,3697%

Directorio
Presidente:

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

Directores:

René Araneda Largo
(Vicepresidente 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:

Javier Bitar Hirmas

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 2012

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%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	1,0105%

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

Directores:
René Araneda Largo
(Vicepresidente 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 producción de vinos de categoría Icono y Súper Premium destinados al mercado local y, principalmente, al mercado de exportación.

Relaciones Comerciales con la Matriz durante 2012
Viña San Pedro Tarapacá S.A. le otorga soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

Razón Social

Viña Valles de Chile S.A.

RUT: 99.531.920-9
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 f) anteriores.

Capital Suscrito y Pagado (*):	M$ 13.342.052
Porcentaje de Tenencia:	100%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	2,7603%

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

Directorio:
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.)

Javier Iglesis Buchanan
(Gerente de Exportaciones de Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Carlos López Dubusc
(Gerente de Exportaciones de Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Andrés Marín Asenjo
(Sub Gerente Legal Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:
Javier Bitar Hirmas

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 Matriz durante 2012
Viña San Pedro Tarapacá S.A. le otorga soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

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%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	2,1553%

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

Directores:
René Araneda Largo
(Vicepresidente 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 2012
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	100%
Inversiones Sobre Activo de la Matriz	2,3258%

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

Directores:
René Araneda Largo
(Vicepresidente 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 2012

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%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	0,9476%

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

Directores:
René Araneda Largo (Vicepresidente 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

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 2012

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

Viñas Orgánicas S.P.T. S.A.

RUT: 99.568.350 - 4
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 agrícolas, en especial de los vitivinícolas. b) 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. c) El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden. d) La prestación de servicios relacionados con los mismos rubros. e) 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. f) La prestación de servicios turísticos, hospedaje temporal y similares y expender comidas y bebidas relacionado con la industria vitivinícola. g) 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. h) El 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. i) 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. j) El arrendamiento de bienes inmuebles tales como bodegas o centros de almacenamiento o similares. k) 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 los rubros indicados en las letras a) hasta la letra j) anteriores.

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

Directorio
Presidente:
René Araneda Largo
(Vicepresidente 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 2012
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$ 10.892.319
Porcentaje de Tenencia:	100%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	2,3554%

Directorio
Presidente:
Ernesto Edwards Risopatrón

Directores:
Federico Busso (Vicepresidente)
Sebastián Ríos Dempster

Suplentes:
René Araneda Largo
(Vicepresidente 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:
Sebastián Ríos Dempster

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.

(*) Fusión por Absorción.- "Finca la Celia S.A." y "Bodega Tamarí S.A."

Según fuera aprobado por las respectivas juntas de accionistas de Bodega Tamari S.A. ("BT") y Finca La Celia S.A. ("FLC"), celebradas el 15 de abril de 2011, se aprobó la fusión por absorción de BT en FLC, permaneciendo esta última como Sociedad Absorbente y continuadora.
Al 31 de diciembre de 2012, la fusión se encuentra presentada ante la Inspección General de Justicia de la ciudad de Buenos Aires, para FLC, y ante el Registro Público de Comercio de la provincia de Mendoza y la Dirección de Personas Jurídicas de Mendoza, para BT. Una vez terminada esta inscripción, la sociedad Bodega Tamari S.A., dejará de existir para todo efecto legal, siendo su continuadora legal Finca La Celia S.A.

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$ 1.171
Porcentaje de Tenencia	100%
Inversiones sobre activo de la Matriz	0,0086%

Director y Presidente:
Alfredo Zavala Jurado

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

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 Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

360° SUSTENTABLE
Eco-Friendly Winemaking
be360.cl

Durante el año 2012 el Grupo San Pedro Tarapacá recibió un importante reconocimiento nacional a su gestión medioambiental, ingresando al top 10 del ranking de empresas líderes en gestión del cambio climático.

En tanto, manteniendo su firme compromiso 360° Sustentable lanzó su segundo reporte GRI.

Informe de Sustentabilidad

Desde el año 2010 que VSPT viene trabajando y fortaleciendo una estrategia de desarrollo, bajo un enfoque 360° Sustentable, que se encarna en forma particular en cada una de las viñas pertenecientes al Grupo San Pedro Tarapacá.

Este año, esta estrategia logró consolidarse tras el ingreso al top 10 del ranking chileno de empresas líderes en cambio climático. El estudio, que se realizó por tercer año consecutivo, es liderado por Revista Capital y Fundación Chile, quienes miden distintos atributos y acciones de empresas nacionales, con el fin de evaluar cuáles son las que efectivamente destacan por su cuidado y respeto al medio ambiente y, por ende, se encuentran mejor preparadas para gestionar el cambio climático.

En este sentido, VSPT fue destacada por cuatro atributos: Medición, Comunicación, Política y Acción, todas implementadas a través de su enfoque 360° Sustentable. Cabe destacar además, que VSPT fue el único Grupo Vitivinícola como tal destacado en el top 10 del ranking, ocupando la 9° posición.

También, y manteniendo su fuerte compromiso con el medio ambiente, VSPT lanzó durante el año 2012 su segundo Reporte de Sostenibilidad bajo la modalidad Global Reporting Initiative (GRI), reafirmando como empresa la incorporación del concepto de sustentabilidad a la totalidad del sistema de gestión del Grupo.

La iniciativa GRI, que nació desde la ONU, es el formato de sustentabilidad más importante a nivel internacional, y tiene por objetivo declarar e informar de forma transparente las acciones en pos el desarrollo sostenible en los ámbitos económicos, social y ambiental.

Dimensión Medioambiental

Prácticas amigables con el entorno, proyectos ambientales y de eficiencia energética son algunas de las áreas en que VSPT continuó trabajando e invirtiendo durante el año 2012.

En términos del área agrícola, se continuó con el manejo integrado de los viñedos en todos los campos del Grupo San Pedro Tarapacá, además de la mantención de un porcentaje de viñedos bajo manejo orgánico (acción que el Grupo lleva a cabo desde el año 2006), los cuales son certificados por IMO Chile.

Dando un paso más allá en la extensión de su compromiso 360° Sustentable, durante el año 2012 VSPT fue pionero en implementar un innovador Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP) en Sustentabilidad y Responsabilidad Social hacia sus proveedores estratégicos de uva, cofinanciado por CORFO.

De esta forma, se busca mejorar la cadena de abastecimiento mediante la implementación de prácticas sustentables en sus campos y el aumento de las competencias de sus recursos humanos (administrativos y operativos).

Una de las áreas de trabajo de este año, tanto en campos y bodegas como también con proveedores de uva, fue la implementación de prácticas del Código Nacional de Sustentabilidad, impulsado por la Asociación de Vinos de Chile, con el fin de concretar la certificación durante el 2013. El Código establece parámetros en las diversas áreas de elaboración a lo largo de toda la cadena de valor del vino y en cada una de ellas identifica las diferentes prácticas que pueden existir desde el punto de vista de la sustentabilidad. El código establece una herramienta para que las viñas puedan medir sus avances en el uso de prácticas cada vez más sustentables.

De manera complementaria, durante el transcurso del año 2012, VSPT continuó trabajando en el programa de gestión del agua, energía y residuos, alcanzando altos niveles de ahorro, eficiencia y reutilización. Actualmente gran parte del agua utilizada en los procesos es tratada y reutilizada para irrigación, así como los desechos orgánicos se aprovechan como compost para las plantaciones.

Todos los detalles de las acciones realizadas el año 2012, así como las materias primas, materiales de fabricación, consumo y ahorro de energía, entre otros serán informados en el tercer Reporte de Sostenibilidad 2012, el que podrán encontrar en nuestro sitio web www.vsptwines.com

OCA

VSPT continuó con la implementación de OCA (Optimización de la Cadena de Abastecimiento), programa de manufactura de clase mundial. Durante el periodo no sólo se continuó profundizando en la formación y capacitación de los equipos de trabajo en las líneas de embotellado de Molina y Lontué, sino que se concretó durante el último mes del año, la implementación de OCA en la bodega de Isla de Maipo. Con este último paso en la ejecución del programa se logró integrar a las tres plantas productivas a este modelo de trabajo. La ejecución exitosa de este programa en las bodegas de Molina, Lontué e Isla de Maipo, permitirán conseguir altos estándares de producción. Un ejemplo de ello es que en el 2012 la bodega de Molina alcanzó un récord histórico en producción, alcanzando siete millones de cajas de vino.

Dimensión Social

Trabajar permanentemente en armonía con el entorno, supone acciones sustentables más allá de las inherentes a los temas relacionados con el medio ambiente. Y es que la labor productiva del Grupo San Pedro Tarapacá mantiene a la Compañía ligada a una serie de grupos de interés, con los cuales interactúa constantemente y con quienes mantiene relaciones transparentes y de confianza mutua.

Durante el 2012 destacan distintas iniciativas dirigidas a los colaboradores que componen la compañía, pues son los primeros destinatarios de ese espíritu, el motor del ente productivo y un capital fundamental para VSPT. Por esta razón, el Grupo mantiene una preocupación constante en pos del bienestar de sus trabajadores y sus familias, no sólo ofreciendo un clima laboral óptimo con las condiciones laborales, legales y sociales que corresponden, sino que incorporando programas que mejoran su calidad de vida en ámbitos como la educación, recreación y cultura.

Capacitación y Desarrollo Personal

Entregar nuevas y mejores herramientas a quienes conforman el equipo de VSPT ha sido preocupación constante del Directorio y las distintas gerencias. En este sentido, con el objetivo de fomentar el desarrollo personal y profesional de los trabajadores, tanto en habilidades técnicas como interpersonales, se realizaron distintos talleres, cursos y programas durante este período.

En este contexto, se realizaron grandes inversiones destinadas al desarrollo de nuestro capital humano, las que ascendieron a un total de MM$ 59,7. Con esta inversión, se buscó contribuir al mejoramiento del desempeño y al logro de los objetivos de nuestro plan estratégico.

En total, se realizaron 106 acciones de capacitación, las cuales sumaron un total de 15.371 horas, logrando capacitar a 1.034 trabajadores de diferentes niveles jerárquicos como se observa en el siguiente cuadro:

FAMILIA DE PUESTO	PARTICIPANTES
Gerente	8
Ejecutivos	5
Profesionales y Técnicos	40
Empleados	351
Operarios	630
Total	**1.034**

Además, y de la mano de la implementación de OCA, se realizaron talleres que permitieron potenciar habilidades de trabajo en equipo, liderazgo, comunicación, tolerancia a la frustración, mantenimiento autónomo y mejoramiento de la calidad y eficiencia de las tareas.

En el Área Agrícola, destacaron el curso "Plaguicidas para el Reconocimiento de Aplicadores (SAG)", que se desarrolló en diferentes fundos, y tuvo como objetivo enseñar el correcto uso de los plaguicidas procurando resguardar la seguridad de los aplicadores como también del medioambiente.

En tanto, en las bodegas de Molina y Lontué se realizó el curso "Manejo y Uso de Herramientas Word y Excel en el trabajo administrativo", el cual se basó en entregar los conceptos básicos de la utilización del computador y las herramientas señaladas, permitiendo mejorar el desempeño en diversas áreas de trabajo.

Durante el año 2012, se continuó con la implementación del programa "Educar en familia" de CCU, el cual está enfocado a capacitar a nuestros colaboradores, como también su grupo familiar, y comunidades en el consumo responsable de alcohol. Destacan el taller "Formación para Padres en Consumo Responsable de Alcohol" en Planta Isla de Maipo, en el que participaron 15 personas. Este taller estuvo orientado a apoyar en la tarea de educar a los hijos de nuestros trabajadores y entregar herramientas preventivas en este tema.

También destacó la realización del Primer Taller de Capacitación en Prevención y Consumo Responsable dirigido a 24 trabajadores de Viña Santa Helena, cuyo fin fue abordar los riesgos de consumir alcohol en el lugar de trabajo y prevenir conductas de riesgo y accidentes.

En Diciembre del 2012, se realizó el Taller de Monitores - Líderes en Consumo Responsable de Alcohol. En este sentido, convocó y formó a 12 Monitores, los que serán el símbolo de este Programa y ayudarán a desarrollar acciones de prevención en la Comunidad.

Calidad de Vida

También ha sido foco de continuo esfuerzo trabajar en mejorar la calidad de vida de todos los colaboradores, con el fin de compatibilizar de mejor manera la salud y la familia con la vida laboral.

En este contexto, durante el año 2012 destacaron los Desayunos de Camaradería, días libres adicionales al feriado legal a las madres que tienen hijos menores de 12 años, horarios reducidos en verano y jornadas reducidas los días viernes para madres, actividades recreativas en vacaciones de invierno (ciclo de cine) y visitas de los hijos a la empresa, entre otras.

Además, se continuó con la promoción del deporte, teniendo a disposición tres recintos deportivos en óptimas condiciones y convenios con gimnasios que ayudan a fomentar la actividad física del personal y sus familias.

Como parte del concurso "Mi iniciativa 360° Sustentable", se implementaron además dos nuevas acciones durante el año 2012, las que tuvieron como objetivos mejorar la salud física

de nuestros colaboradores, así como también fomentar el trabajo en equipo, la perseverancia y el compromiso.

Runners VSPT, iniciativa cofinanciada por la compañía, que consistió en un equipo de corredores que entrenan dos veces a la semana. La actividad fue liderada por un entrenador, quien apoyó a los trabajadores en la realización de un plan individual de acuerdo a sus capacidades y metas. Sin embargo, el objetivo final común fue la auto superación constante.

Por otra parte, Bicimonth, además de fomentar la actividad física, buscó contribuir a descongestionar las calles de Santiago, fomentando el uso de la bicicleta. La actividad consiguió motivar a 16 trabajadores durante su primer mes, lo que se tradujo en 16 autos menos en el trayecto a las oficinas de Avenida Vitacura, y el consiguiente aporte a la reducción de la huella de carbono.

En el período, se realizó la tradicional "Copa Cabernet", que se compone de mini campeonatos de futbolito en las distintas instalaciones, instancia saludable de integración y motivación del equipo humano. Dado el interés por participar durante el 2012, se desarrollaron además Campeonatos de Futbolito para mujeres y trabajadores senior.

Siguiendo el principio de actuar de "buen vecino" y fomentando la solidaridad y compromiso con nuestra comunidad, el Grupo San Pedro Tarapacá y sus colaboradores participaron en actividades de apoyo a través de aportes de diversa índole a escuelas, hogares y organizaciones de la comunidad tales como el Jardín Las Uvitas, el Hogar de Niños Miguel Magone y Nuestra Señora de la Paz, entre otros. Estas actividades, inmersas en nuestro Programa de Voluntariado 360° Sustentable, son realizadas por un grupo de trabajadores compuesto por distintas áreas de la compañía, quienes hacen suyo el compromiso social con la comunidad, desarrollando distintas actividades.

Siguiendo con el compromiso social, los trabajadores de VSPT nuevamente participaron de la campaña de la Teletón, logrando recolectar voluntariamente $ 4.030.085, duplicando la cifra recaudada el año anterior.

Sindicalización

Como parte de su política, Viña San Pedro Tarapacá mantiene en forma permanente buenas relaciones con todas las organizaciones sindicales que la conforman, basadas –principalmente- en la confianza y colaboración mutua. Esto se traduce en reuniones mensuales con los dirigentes sindicales, efectivos canales de comunicación, entre la Compañía y los trabajadores.

Durante el año 2012 se materializaron exitosamente tres negociaciones colectivas con organizaciones sindicales de la Sociedad. En los meses de junio y agosto culminaron en buen término las negociaciones colectivas con los Sindicatos Viña San Pedro Tarapacá Santiago, Sindicatos San Pedro y San Miguel de Molina y Sindicato de la Empresa Vitivinícola del Maipo (VIDEMA), organizaciones que representan a los colaboradores de los centros de trabajo de Santiago, Molina e Isla de Maipo, respectivamente, pertenecientes –en su mayoría- a las áreas de Ventas, Administración, Envasado, Mantención, Agrícola y Bodega de Vinos.

Clima Laboral

Como es habitual, durante el año 2012 se realizó -por undécima vez- la Encuesta Anual de Clima Laboral, importante indicador de sustentabilidad para VSPT, que se aplica a todas las viñas pertenecientes al Grupo San Pedro Tarapacá.
La encuesta, voluntaria, anónima y confidencial, arrojó como resultado un indicador promedio de 69% de satisfacción (en términos consolidados) de todos los trabajadores de la compañía, cifra un punto menor al año 2011, que arrojó un 70% de satisfacción.

Los resultados de esta herramienta permiten definir, junto a todas las áreas de la Compañía, acciones de mejora, así como también identificar y replicar las prácticas que mejoran el clima en el resto de la organización.

Asimismo, se realizó el Proceso de Evaluación Ascendente, herramienta que permite fortalecer a los equipos de trabajo, creando instancias de conversación, fortaleciendo el compromiso y responsabilidad de los líderes de nuestros equipos de trabajo.

Prevención de Riesgos

Al finalizar el año 2012, se destacó el compromiso de todo el personal de Viña San Pedro Tarapacá S.A. en el tema Salud y Seguridad Ocupacional, lo que se tradujo en que, en el período no se registraron eventos graves en ninguna de nuestras instalaciones. Además, es importante destacar que los indicadores aún se mantienen por debajo de la media nacional y se espera mejore durante el próximo año.

Como Grupo VSPT, disminuyó la masa laboral en un 10,3 % y también la cantidad de accidente en un 9%. La Tasa de Accidentabilidad se mantiene, aún registrando cinco accidentes menos a igual período, alcanzando 2,89 % durante el año 2012.

En tanto, la Tasa de Siniestralidad alcanzó 60,7 %, cifra muy superior a la del período anterior. Esto se debió al aumento en los días de licencias médicas por accidentes.

Certificaciones

Con el fin de tener procesos eficientes y amigables con el medioambiente y de ofrecer máxima calidad en sus productos, VSPT se ha preocupado de forma constante por la obtención de certificaciones en calidad, gestión ambiental y seguridad de la industria local.

Viña San Pedro con un Sistema Integrado de Gestión (SIG) –certificado desde noviembre de 2004 por Bureau Veritas Certification– que comprende las normas ISO 9001 Gestión de Calidad, ISO 14.001 Gestión Ambiental y OHSAS 18.001 Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, de sus instalaciones de Planta Molina, oficinas centrales y centro de distribución. Además, durante este período la Planta Molina registró una vigilancia por OHSAS y en el año 2013, se realizará la Auditoría de Recertificación.

Por otro lado, San Pedro se encuentra también certificado en ISO 22.000 Inocuidad Alimentaria, desde 2009, cumpliendo con todas las auditorías

de seguimiento para la Bodega de Molina, así como también cuenta con la certificación de las Normas para Productos Alimentarios BRC (British Retail Consortium).

Por su parte, Santa Helena logró la recertificación de su SIG, certificado desde el año 2006¬ y que comprende HACCP, las normas ISO 9.001 Gestión de Calidad, ISO 14.001 Gestión Ambiental y OHSAS 18.001 Gestión Seguridad y Salud Ocupacional, en sus instalaciones de San Fernando.

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, 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, la que incluye la certificación HACCP. Es importante señalar que durante el transcurso del año 2012, Isla de Maipo logró obtener la Certificación en la Norma OHSAS 18.001 (versión 2007), completando de esta forma la tercera planta certificada en OHSAS.

En tanto, durante el segundo semestre del año 2012 se comenzó con la Implementación de OHSAS en la Planta Lontué.

Por su parte, Finca La Celia en Argentina, cuenta con su SIG certificado y obtuvo durante el año 2008 la certificación en ISO 22.000 de Inocuidad Alimentaria. Además, cuenta con la certificación de HACCP, las normas ISO 9.001 Gestión de Calidad, ISO 14.001 Gestión Ambiental y OHSAS 18.001 Gestión Seguridad y Salud Ocupacional.

Cabe destacar además que VSPT cuenta con la certificación orgánica de las actividades, Producción Agrícola Orgánica y Proceso y Comercialización de Producción Orgánica, por el organismo IMO (Institute for Marketecology).

Declaración de Responsabilidad

Los Directores y el Gerente General que suscriben esta Memoria, compuesta por un volumen impreso y un CD, por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2012, declaran bajo juramento que el contenido de ella es veraz conforme a la información que han tenido en su poder.

Guillermo Luksic Craig
Presidente
Rut: 6.578.597-8

Carlos Mackenna Iñiguez
Director
Rut: 4.523.336-7

Patricio Jottar Nasrallah
Director
Rut: 7.005.063-3

Philippe Pasquet
Director
Rut: 48.090.105-3

José Luis Vender Bresciani
Director
Rut: 5.024.651-5

René Araneda Largo
Vicepresidente
Rut: 5.849.993-5

Felipe Joannon Vergara
Director
Rut: 6.558.360-7

Jorge Luis Ramos Santos
Director
Rut: 48.147.062-5

Gustavo Romero Zapata
Director
Rut: 5.546.329-8

Javier Bitar Hirmas
Gerente General
Rut: 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 se encuentran en poder de la Sociedad.

Santiago, marzo de 2013.

VSPT | WINE GROUP