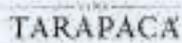


Memoria Anual 2013



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, Southern 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 N° 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 fojas 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:

N°0393, del 15 de octubre de 1991

(*) CASA MATRIZ:

Av. Vitacura N° 4380, piso 6
Vitacura, Santiago
Casilla 2607 Correo Santiago
Teléfono (56-2) 2477 53 00
Fax (56-2) 2477 53 07
www.vsptwines.com

(*) Nueva Dirección a contar de marzo de 2014:
Avda. Vitacura N° 2670 piso 16, Las Condes. Santiago

Encargado de Relación con Inversionistas:
Rodrigo Jadue Roa: rjadue@ccu.cl
Teléfono (56-2) 24775405

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
- Bodega de Vinificación y Envasado, Fundo El Rosario de Naltagua, Isla de Maipo, Región Metropolitana
- Bodega de Vinificación, Totihue, VI Región

PREDIOS AGRÍCOLAS:

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

Propiedad de Viña Del Mar de Casablanca S.A.

- Viñedos y Bodega de Vinos Viña Mar, Ruta 68, Casablanca, V Región
- Viñedos Casa Rivas, Fundo El Parrón, María Pinto, Región Metropolitana

Propiedad de Viña Valles de Chile S.A. (antes Viña Misiones de Rengo S.A.) (*)

- Viñedos Leyda, San Antonio, V Región
 - Viñedos Misiones de Rengo, Rengo, VI Región
- (*) Estos bienes inmueble que eran de propiedad de Viña Misiones de Rengo S.A., fusionada en la Sociedad a contar del 1 de junio de 2013, se encuentran en proceso de inscripción a nombre de Viña Valles de Chile S.A., en su calidad absorbente y sucesora legal de Viña Misiones de Rengo S.A.

Propiedad de Finca La Celia S.A.

- Bodega y Viñedos, San Carlos, Mendoza, Argentina
- Bodega de Vinos Tamarí, Santa Blanca, Maipú, Mendoza, Argentina

ARRENDAMIENTOS:

- Fundo Santa Ximena (Quillayes), Rengo, VI Región
- Fundo El Tránsito (Maipo Alto), Isla de Maipo, Región Metropolitana
- 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 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@ccu.cl

PARA RESERVAS Y VISITAS CONTACTAR A:

- Viña San Pedro, Molina
Paulina Tobar S.
Fono (56-75) 2491517 (anexo 1543)
Móvil (56-9) 56983707
e-mail: 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
- Bodega Grandes Vinos de San Pedro, Totihue
Fernanda Cedeño M.
Fono (56-2) 2477 5598
Móvil (56-9) 82098979
fcedeno@ccu.cl
- Viñamar, Casablanca
Daniel Mesa G.
Fono (56-32) 275 4300
turism@vspt.cl
- La Celia, Mendoza
Federico Colombo P.
Fono (54-261) 413 4400 (Anexo 2631)
Móvil (54-9-261) 156391631
fcolombo@vspt.com.ar

RESUMEN FINANCIERO MEMORIA 2013

ESTADO DE RESULTADOS	PCGA		IFRS					
	2006 (MMS)	2007 (MMS)	2008* (MMS)	2009 (MMS)	2010 (MMS)	2011 (MMS)	2012 (MMS)	2013 (MMS)
Ingresos de Explotación	76.256	87.059	92.671	124.726	132.293	138.348	149.557	152.255
Margen de Explotación	23.619	32.559	38.780	46.871	48.417	48.498	53.922	59.391
Gastos de Administración y Ventas	-21.883	-26.098	-28.476	-34.651	-38.161	-31.609	-42.869	-46.478
Resultado Operacional	1.736	6.462	10.304	12.220	10.256	16.890	11.053	12.913
Gastos Financieros Netos	-1.541	-1.413	-865	-1.539	-1.152	-1.312	-1.176	-1.574
Utilidad del Ejercicio	-951	2.508	5.031	10.490	7.658	13.322	7.564	9.100
Depreciación y Amort. Int.	5.183	5.686	5.270	6.881	6.472	6.419	6.566	7.239
EBITDA(*)	6.919	12.148	15.574	19.100	16.727	23.308	17.619	20.152
Tipo de Cambio Promedio Nominal (CLP/USD)	530,3	522,5	522,5	559,6	510,2	483,7	486,5	495,3
Precio por Acción (al cierre)	4,6	4,5	3,7	3,8	4,3	3,5	3,1	3,1
N° Acciones (millones)	21.682	23.982	39.970	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	0,23
EBITDA por Acción	0,32	0,51	0,39	0,48	0,42	0,16	0,44	0,50
Capitalización Bursátil (\$MM)	98.869	107.918	147.888	152.281	170.671	139.894	123.107	123.666

BALANCE GENERAL	2006 (MMS)	2007 (MMS)	2008** (MMS)	2009 (MMS)	2010 (MMS)	2011 (MMS)	2012 (MMS)	2013 (MMS)
Activo Circulante/Corriente**	59.855	74.662	102.424	102.602	101.605	110.461	108.061	118.087
Activo Fijo + Otros Activos/Activo No Corriente**	68.175	73.019	159.539	159.770	156.571	159.563	162.636	159.644
Total Activos	128.030	147.681	261.962	262.372	258.176	270.025	270.697	277.731
Pasivo Circulante/Corriente**	23.750	24.353	43.304	39.859	36.697	53.288	51.214	50.948
Pasivo de Largo Plazo/No Corriente**	25.031	25.213	37.063	38.867	35.204	29.753	30.673	34.386
Patrimonio e Interés Minoritario	79.249	98.116	181.595	183.646	186.275	186.984	188.810	192.397
Total Pasivos y Patrimonio	128.030	147.681	261.962	262.372	258.176	270.025	270.697	277.731
Deuda Financiera	31.527	27.733	44.586	31.893	25.954	28.672	32.554	34.730
Tipo de Cambio de Cierre Nominal (CLP/USD)	532,4	496,9	636,5	507,1	468,0	519,2	478,6	523,8

(*) Incluye 4 Trimestre Viña Tarapacá.

(**) Para el año 2010 en adelante.

PCGA Principios Contables Generalmente Aceptado;

IFRS Normas Internacionales de Información Financiera.

Ingreso de Explotación (MMS)



EBITDA (MMS)



Resultado Operacional (MMS)



Utilidad Neta (MMS)



 SPT | WINE GROUP





“Chile tiene ventajas y podemos entregar vinos de muy buena calidad a precios muy razonables, de forma que todos los segmentos tengan acceso a tomar buenos vinos.”

(Guillermo Luksic Craig)



Indice

Homenaje a Guillermo Luksic Craig	6
Carta del Presidente	8
Directorio	14
Administración y Personal	15
Historias que se unen	20
Estructura y Funcionamiento	22
Actividades y Negocios	24
Principales Marcas Comercializadas Por Vspt	34
Objetivos Estratégicos	35
Factores de Riesgo y Planes de Inversión	36
Estructura Societaria	38
Propiedad y Acciones	39
Hechos Relevantes, Esenciales y Otros Antecedentes	42
Informe Sobre Subsidiarias y Asociadas	46
Hitos 2013	52
Viña San Pedro	54
Viña Tarapacá	56
Viña Santa Helena	58
Viña Misiones de Rengo	60
Viña Leyda	62
Viñamar	63
VSPT Argentina	64
Ferías y Eventos	66
Informe de Sustentabilidad	68
Declaración de Responsabilidad	75



Homenaje a Guillermo Luksic Craig

2005

Guillermo Luksic Craig asume como Presidente de Viña San Pedro S.A

2007

Enero, Viña Tabalí -propiedad en partes iguales de VSP y de Guillermo Luksic- compra los activos de Viña Leyda.

Septiembre, Guillermo Luksic viaja a Francia para cerrar la compra de la participación de sus socios locales en Altaïr; el grupo Château Dassault con quienes había iniciado el proyecto en el Alto Cachapoal en 2004.

2008

Tras la fusión de Viña San Pedro y Viña Tarapacá, Guillermo Luksic asume como Presidente de Viña San Pedro Tarapacá S.A.

2012

Guillermo Luksic viaja a Nueva York a recibir de manos de la Revista norteamericana Wine Enthusiast, el galardón para Viña San Pedro como Viña del Nuevo Mundo 2011.

2013 +

Frases de Guillermo Luksic para recordar:

Sobre los Negocios...

“A mí me fascina lo que hago, y eso es lo más importante, cuando a uno le fascina lo que hace normalmente lo hace bien”.

Sobre los líderes...

“Yo creo que los muy buenos líderes son normalmente personas muy humildes.”

Por qué el negocio del vino...

“A mi abuelo le gustaba el vino, a mi padre también. En mi casa se tomaba vino los sábados y domingos, era una cosa muy solemne y siempre me dije que en algún minuto tendríamos que estar en la industria del vino”.

“En mi casa siempre existió cultura del vino. Todavía tengo unas botellas de La Tour que dicen “Especialmente embotellado para Andrónico Abaroa, Calama Chile”, mi bisabuelo”.

“El mundo del vino es bastante apasionante (...) No es sencillo, es un mundo competitivo. El vino tiene esa cosa fascinante, que lo contagia a uno”.

“Es un negocio donde los vínculos y las relaciones personales importan mucho (...) yo

tengo que hablar con mis clientes directamente. Esas relaciones tienen un componente personal e interacción de los propios dueños de las compañías”.

El vino chileno...

“En gran medida concuerdo con Alexandra Marnier en que Chile debiera ser capaz y tender a producir vinos de una calidad que apunte al segmento más alto”.

“Chile tiene ventajas y podemos entregar vinos de muy buena calidad a precios muy razonables, de forma que todos los segmentos tengan acceso a tomar buenos vinos”.

“En Chile tenemos mucho mejor vino que en Estados Unidos. El problema no es lo que nos falta a nosotros, sino qué les falta a ellos para darse cuenta”.

Sobre nuevos proyectos...

“Uno no puede quedarse. Hay que innovar, crear otras cosas, entregarle al mercado cosas novedosas y ser muy persistente con el tema de la calidad”.

“Si nos equivocamos, habrá que seguir buscando. Hay que seguir haciendo cosas. El que se queda parado no avanza”.

Los mercados...

“A veces los mercados están boyantes, en otros momentos bajos. Lo que hay que hacer es diversificarse”.

Para el éxito en esta industria...

“Redoblando los esfuerzos comerciales, viajando más para vender más. Hay que visitar más a los consumidores”.

Sobre Viña San Pedro...

En julio de 2005 Guillermo Luksic se hizo cargo de la Presidencia de Viña San Pedro (VSP) con un objetivo claro.

“La definición que aplico es dedicar más tiempo a las compañías que estén más débiles. Así como le dediqué muchísimo a Madeco, del mismo modo en VSP también pensé que era el momento para que le dedicáramos más tiempo, para que hiciéramos la mejor gestión posible. Y cuando asumo compromisos, lo hago en forma personal. Desde esa fecha hasta hoy, hemos hecho avances importantes. VSP está con números azules, no aún en la magnitud que yo quisiera, pero ya mostramos un cambio significativo. Obviamente estamos empeñados en que esto siga así y que la compañía sea capaz de reconocerse como la segunda vitivinícola que es en Chile. Tengo mucha confianza en que VSP vaya retomando, día a día, el sitio que le corresponde”.

(Fuentes: Revista Del Campo, Revista Caras, Revista Qué Pasa, El Mercurio, La Tercera.)



Guillermo Luksic recibiendo el trofeo de Viña del Nuevo Mundo 2011, de manos de Michael Schachner, editor de Wine Enthusiast.

Carta del Presidente



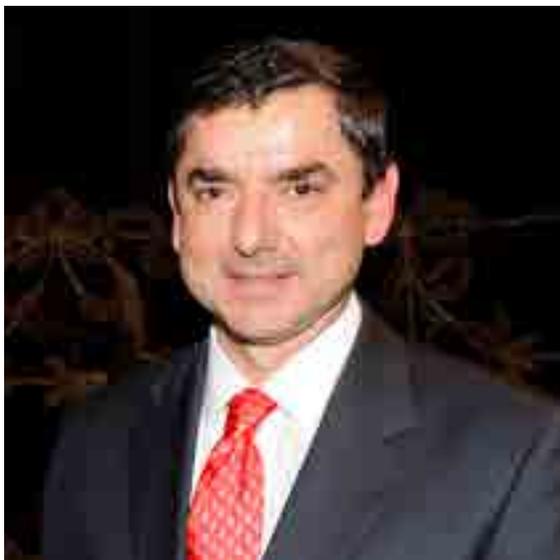
SPT WINE GROUP



Memoria Anual 2013

9





*Pablo Granifo Lavín
Presidente del Directorio*

En nombre del Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. tengo el agrado de presentar a Ustedes la memoria anual y los estados financieros correspondientes al ejercicio 2013.

El 2013 habrá sido un año marcado por importantes hitos y cambios. Ante todo, lamentamos la pronta partida de quien fuera nuestro Presidente por 8 años, Guillermo Luksic Craig. Su liderazgo estuvo marcado por el gran compromiso, cariño y desafíos que le planteó a la Viña, junto al incondicional apoyo para producir los mejores vinos, bajo los más estrictos estándares de calidad.

De manera casi paralela a este hecho, se renueva la Gerencia General de VSPT, al asumir como nuevo Gerente General, Pedro Herane Aguado. Esto tras la partida de Javier Bitar, quien en marzo de 2013 deja la compañía para emprender nuevos desafíos en otras empresas del Grupo Luksic. El señor Herane, asume luego de una excelente gestión y resultados a cargo de la Gerencia Comercial de mercado doméstico de VSPT.

La gestión comercial y estratégica del Grupo, comienza así un nuevo ciclo, bajo nuevos liderazgos y una nueva planificación estratégica para el próximo trienio, al terminar el plan estratégico 2011-2013.

Analizando brevemente el entorno macro 2013, vemos nuevamente que el escenario nacional e internacional no estuvo exento de dificultades.

En Chile, continuamos durante 2013 enfrentando altos costos de energía y de transporte. En Argentina a su vez, nos hemos visto enfrentados a un entorno muy difícil (inflación, tasas de interés altas y algunos problemas de suministros), pero hemos finalizado una profunda reestructuración que nos hace mirar el futuro con optimismo. En exportaciones, tuvimos un factor positivo, con el

repunte en el valor del dólar, que se mantuvo sobre los \$500, durante todo el segundo semestre del año.

Si observamos el negocio en Chile, sin perjuicio que la industria sufrió una contracción en la categoría de vinos masivos, VSPT logra mantener sus volúmenes sin necesidad de bajar sus precios, con marcas saludables y altamente preferidas por los consumidores. Especialmente destacable fue el desempeño en la categoría "Premium", en la cual VSPT consolida un año más su liderazgo.

En el área de exportaciones a su vez, enfrentamos un escenario complejo y desafiante, similar a lo ocurrido en años anteriores, con inestabilidades y desempeños bajo lo esperado en mercados estratégicos para el Grupo, como lo son Brasil, Venezuela y Colombia. Europa por su parte, si bien, comienza a dar señales de mejora luego de varios años de desaceleración, se encuentra aun lejana a indicadores de crecimiento sustentables.

No obstante lo anterior, los ingresos totales del Grupo alcanzaron los MM\$ 152.255, cifra 1,8% mayor respecto al año 2012, crecimiento obtenido gracias a un buen desempeño en mercado doméstico y a un cierre de año en exportaciones, que no tuvo variaciones significativas respecto al periodo anterior.

El EBITDA fue de MM\$ 20.152, un 14,4% mayor que en 2012, estos resultados se explican principalmente debido a la excelente gestión comercial en mercado doméstico, con la mejora en el mix de venta, y a las reestructuraciones en Argentina, que permitieron disminuir costos y gastos en nuestras operaciones.

La utilidad del ejercicio alcanzó los MM\$ 9.100, un 20,3% superior al año anterior, lo que va en línea con los buenos resultados operacionales descritos anteriormente.

Si analizamos en profundidad nuestras unidades de negocio, encontramos que, en el Mercado Doméstico (Chile), gracias a la solidez de nuestras marcas y consolidada gestión comercial, se lograron buenos resultados, aumentando los volúmenes de ventas en un 2,4%, en circunstancias que la industria no presentó crecimiento.

Se alcanzó una participación de mercado histórica en 2013, tanto en volumen (pasando de 26,7% en 2012 a 27,3% en 2013), como en valor (pasando de 24,9% en 2012 a 25,8% en 2013), según los últimos reportes Nielsen.

Asimismo, por tercer año consecutivo, VSPT fue líder en venta de botella fina, pasando de un 24,7% en 2012 a un 27,5% en 2013.

En la categoría de vinos masivos, segmento que lleva años decreciendo, Gato logra de todas formas aumentar sus ventas en un 3%, y el segmento coolers crece un 9%, en circunstancias en que la categoría cae.

De acuerdo a los últimos estudios de Primera Preferencia realizados por Adimark, VSPT cuenta con las marcas más saludables y valoradas de la industria, entre ellas Gato, Misiones de Rengo y Santa Helena. Además, de contar con una excelente valoración de marcas en la categoría Premium, donde lideramos las preferencias con un 37,5%, destacando especialmente el desempeño de una nueva marca, lanzada recientemente al mercado, Gran Reserva Etiqueta Azul de Viña Tarapacá.

La categoría espumantes se consolida con la marca Viñamar, con un aumento de las ventas de 28% en 2013. Se transforma así en un actor relevante en el segmento Premium, cuya oferta se amplió este año con dos innovaciones en formato, Extra Brut y Rosé de 375cc. Además, destacan los reconocimientos enológicos

alcanzados por estas variedades con Medalla de Oro y Plata en el Concurso Mundial de Bruselas, Chile.

En Argentina, las reestructuraciones y cambios iniciados en el periodo anterior comenzaron a dar sus frutos, a pesar de su complicado contexto nacional. La nueva estrategia de exportaciones con foco en marcas de mayor valor y renuncia a negocios de menor rentabilidad, quedó reflejado en 2013 en la caída de los volúmenes de venta, pero con un aumento del precio promedio en un 9%, ubicándose en torno a los 29USD por caja de 9 litros.

Analizando el desempeño de las exportaciones por región, tal y como mencionamos previamente, sufrimos dificultades en mercados clave como Brasil, donde el mayor stock del periodo anterior, repercutió en 2013 con una disminución de los embarques. Lo mismo ocurre en importantes países de Latinoamérica, debido principalmente a una caída en el consumo de vino.

En Asia, sin embargo, VSPT aumenta sus volúmenes de venta generales en un 15%, creciendo de forma importante con dos marcas estratégicas para la Compañía, GatoNegro y 1865 de Viña San Pedro. Crecen también las ventas de Viña Santa Helena, a través de sus marcas Vernus y Selección del Directorio.

En China, continuamos estrechando relaciones con nuestros distribuidores y profundizando el conocimiento de nuestros consumidores. Esto significó un aumento en los volúmenes totales de venta en un 37% en ese país.

En Europa Occidental, si bien el año 2013 no fue un año de crecimiento, VSPT logró mantenerse en un complicado contexto de industria. No obstante en Inglaterra, fortalecimos nuestra presencia con un aumento de las ventas generales en un 12%, principalmente a través de las viñas Leyda, San Pedro y Tarapacá.



En los países nórdicos tuvimos un muy buen año, en donde sobresale la marca GatoNegro, al ser el vino más vendido en Finlandia según el informe anual de la industria, entregado por el ente estatal de ese país.

En Estados Unidos, aumentamos nuestros volúmenes de venta en un 7% y un 3% en valor. El desafío en 2014 es seguir creciendo por medio de la construcción de marcas estratégicas como los son EPICA, GatoNegro, 1865 y a su vez, con el ingreso de Viña Tarapacá al mercado, de la mano de un nuevo importador.

En cuanto a EPICA, la marca de vino lanzada en 2012 exclusivamente en Estados Unidos, inició su expansión a nuevos mercados, llegando a Canadá y Corea, exitosamente en 2013.

Dejando de lado el mundo de las exportaciones, en el ámbito agrícola-enológico, la temporada 2013 estuvo marcada por dos hechos puntuales, una exitosa vendimia y el inusual efecto de las heladas en nuestros viñedos de la zona central durante el mes de septiembre.

En cuanto a la vendimia, podemos concluir que los distintos valles tuvieron elementos en común; hubo una madurez más tardía de las uvas, dando origen a vinos más frescos, frutales, y con menor graduación alcohólica, especialmente en los blancos.

Los volúmenes de uva cosechados, en general superaron a los del año pasado y a los de un año promedio. Las calidades obtenidas, cumplieron con lo esperado, siendo especialmente muy buenas en los vinos de alta gama.

Como resultado tuvimos una muy buena vendimia, tanto en términos de calidad como cantidad, con una cosecha propia de 50.555.421 kilos, esto es, un volumen 9,4% mayor que en 2012.

Por otro lado, las heladas de origen polar que afectaron a todo el sector agrícola del país, pusieron en alerta a toda la industria, sin embargo, gracias a la solidez del Grupo, contamos con un abastecimiento asegurado para la cosecha 2014.

En cuanto a los reconocimientos enológicos del periodo 2013, podemos destacar que éste fue un muy buen año para nuestros vinos. A nivel nacional, durante la 11ª Gala de los Annual Wines Of Chile Awards, (AWOCA 2013), concurso nacional de mayor relevancia de la industria, obtuvimos dos distinciones máximas: Mejor Cabernet Sauvignon para 1865 Single Vineyard 2011 de Viña San Pedro y Mejor Sauvignon Blanc para Leyda Lot 4 2013. Dicho en otras palabras, dos de nuestros vinos fueron elegidos como los mejores exponentes de Chile en dos variedades claves en nuestra industria, Cabernet Sauvignon y Sauvignon Blanc.

Cabe destacar las 35 menciones sobre 90 Puntos, alcanzados por nuestros vinos de Chile y Argentina en la Guía Descorchados 2014, elaborada por el reconocido crítico chileno, Patricio Tapia. Esta guía muestra un completo panorama de la industria del vino en Chile y sus tendencias, convirtiéndose en un referente de los vinos de América Latina.

A nivel internacional, obtuvimos 26 menciones destacadas en medios claves como Wine Spectator, Wine Advocate, Wine Enthusiast y Decanter; 22 Medallas de Oro en Concursos Internacionales; y 8 Best Buys en Wine Enthusiast. Obtuvimos además, dos importantes reconocimientos con la cepa Carménere, con un Top Wine a Tierras Moradas 2008 y un Top Value a Castillo de Molina 2010, ambos en Wine Spectator.

En el ámbito operacional, en 2013 VSPT certificó bajo el Sistema Integrado de Gestión (SIG) dos plantas

productivas: Lontué y La Celia en Argentina. Con estas mejoras en nuestras operaciones, completamos la certificación SIG de nuestros tres más importantes centros productivos en Chile, Molina, Isla de Maipo y Lontué, además de nuestras operaciones en Mendoza. Esto nos enorgullece como Grupo y nos anima a seguir trabajando por alcanzar estándares de clase mundial en todos nuestros procesos.

Por otro lado, continuó la implementación de OCA (Optimización de la Cadena de Abastecimiento) en nuestra bodega de Isla de Maipo, junto a la consolidación de los equipos que actualmente trabajan en Molina y Lontué.

Asimismo, se continuó trabajando en una mayor racionalización de nuestras operaciones vitivinícolas, con el traslado definitivo de las operaciones de Misiones de Rengo y Santa Helena, a Isla de Maipo y Molina, respectivamente. Con lo anterior, no solo se busca mejorar indicadores de eficiencia y sustentabilidad en nuestros procesos, sino además, lograr mayores sinergias en el proceso de vinificación, manteniendo la identidad enológica de cada una de nuestras marcas. Lo anterior nos permitirá a su vez destinar mayores recursos en áreas de desarrollo e innovación.

En el ámbito de los Recursos Humanos, se alcanzó por cuarto año consecutivo el reconocimiento “Desarrollo Capital Humano”, por parte de Inacap, por el apoyo y compromiso de la Compañía en la certificación de competencias laborales de nuestros colaboradores.

Finalmente, a través de nuestro programa 360° Sustentable, comenzamos el año alcanzando la certificación de todas las viñas del Grupo bajo el Código Nacional de Sustentabilidad de Vinos de Chile. En forma paralela, VSPT certificó sus prácticas laborales bajo el Código de Conducta impulsado por los monopolios escandinavos, BSCI. Estos dos logros, sumados al lanzamiento del tercer Reporte de Sostenibilidad de la Compañía, nos han permitido dar pasos sólidos y concretos en nuestra gestión sustentable. Prueba de ello,

es el ingreso de VSPT al ranking 2013 de las Compañías chilenas de Mayor Reputación Corporativa (MERCOR).

El año 2013 fue sin duda un año de cambios. Un año de nueva planificación estratégica para los próximos tres años, con nuevos desafíos por delante junto a un Grupo que está cada vez más sólido y robustecido. Tal y como expresara Guillermo Luksic, cuando recién asumió este desafío en 2005, “estamos empeñados en que los éxitos del Grupo sigan así y de que la compañía sea capaz de reconocerse como la segunda vitivinícola de Chile”. Él tenía la confianza de que VSPT, llegaría rápidamente y de la mano de cada uno de sus colaboradores al sitio que le corresponde.

Hoy me corresponde presentar ante Uds. los resultados financieros como nuevo presidente del Directorio de VSPT. No puedo terminar sin antes agradecer el esfuerzo de todos quienes han hecho posible este positivo cierre de año.



Pablo Granifo Lavín
Presidente del Directorio

Directorio

PRESIDENTE:

Pablo Granifo Lavín

Rut: 6.972.382-9

Ingeniero Comercial

Fecha de Nombramiento: 10 de abril de 2013

VICEPRESIDENTE:

René Araneda Largo

Rut: 5.849.993-5

Ingeniero Comercial

Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

DIRECTORES:

Carlos Mackenna Iñiguez

Rut: 4.523.336-7

Ingeniero Civil

Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

Felipe Joannon Vergara

Rut: 6.558.360-7

Ingeniero Comercial

Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

Patricio Jottar Nasrallah

Rut: 7.005.063-3

Ingeniero Comercial

Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

Jorge Luis Ramos Santos

Rut: 48.147.062-5

Contador Auditor y Licenciado en
Administración de Empresas

Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

Philippe Pasquet

Rut: 48.090.105-3

Factor de Comercio

Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

Gustavo Romero Zapata

Rut: 5.546.329-8

Economista

Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

José Luis Vender Bresciani

Rut: 5.024.651-5

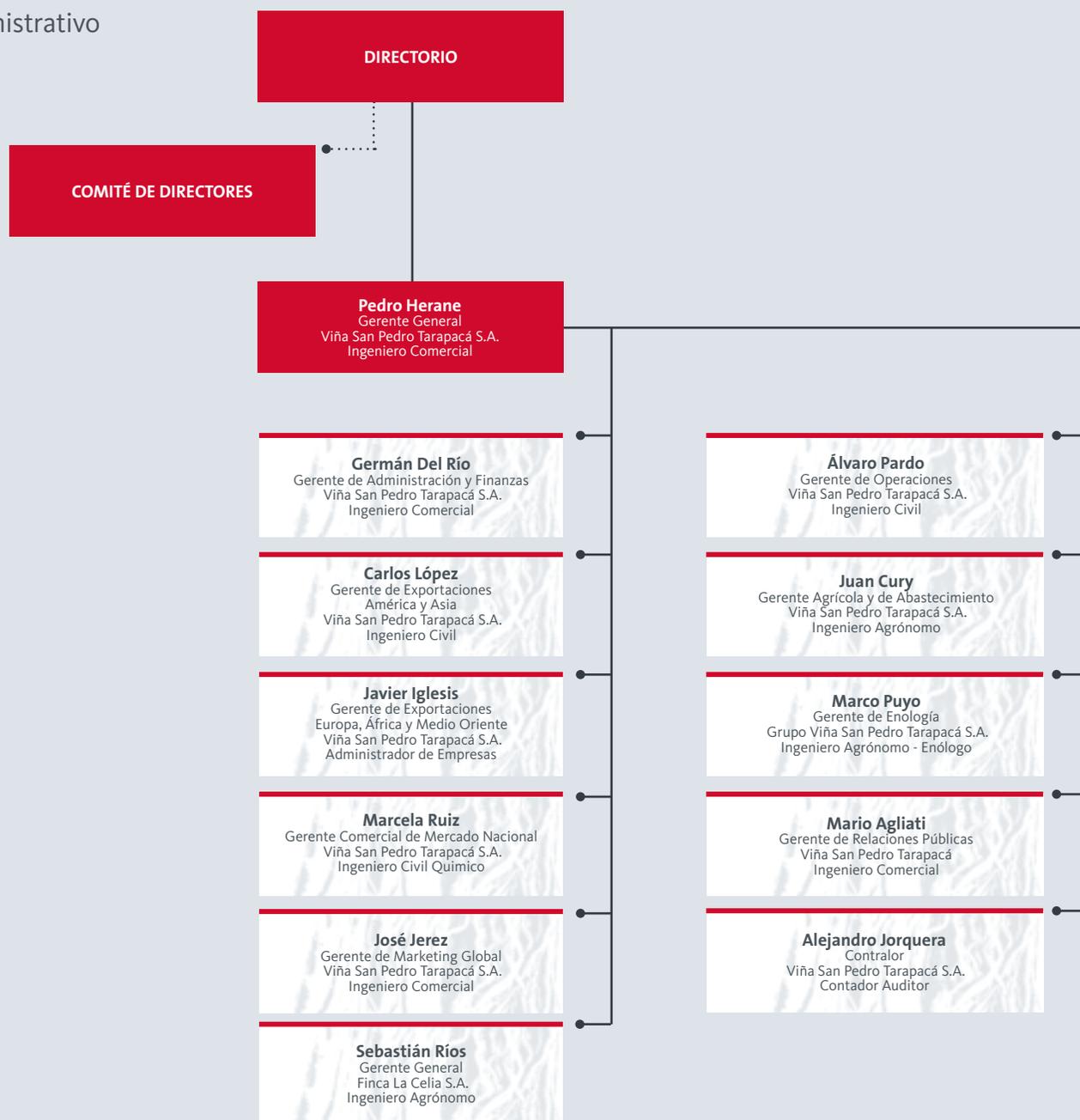
Ingeniero Comercial

Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013



Administración y Personal

Organigrama Administrativo



DIRECTORIO

La Sociedad es administrada por un Directorio compuesto por nueve miembros, los cuales permanecen por un periodo de tres años en sus funciones, pudiendo ser reelectos. No existen directores suplentes.

Identificación Miembros del Directorio períodos 2013 – 2012 y remuneraciones percibidas en estos períodos por los miembros del Directorio:

En la 67ª Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el 10 de abril de 2013, se aprobó una remuneración para el Directorio por el ejercicio 2013, 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 2013.

Los Directores recibieron durante los ejercicios 2013-2012, por concepto de dieta y participación, las siguientes remuneraciones:

M\$ Total Pagado durante los años 2013- 2012 (valores pesos actualizados al 31-12-2013).

DIRECTOR	RUT	2013		2012	
		DIETA	PARTICIPACIÓN	DIETA	PARTICIPACIÓN
Pablo Granifo Lavín	6.972.382-9	16.568	0	0	0
Rene Araneda Largo ⁽¹⁾	5.849.993-5	11.022	7.563	10.839	13.321
Felipe Joannon Vergara	6.558.360-7	11.022	7.563	10.839	13.321
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3	11.638	7.563	13.439	13.321
Carlos Mackenna Iñiguez	4.523.336-7	12.106	5.672	8.152	0
Phillippe Pasquet	48.090.105-3	11.022	7.563	9.936	13.321
Jorge Luis Ramos Santos	48.147.062-5	9.183	7.563	9.043	7.645
Gustavo Romero Zapata	5.546.329-8	11.839	7.563	13.027	13.321
José Luis Vender Bresciani	5.024.651-5	11.022	7.563	8.137	13.321
Domingo Cruzat Amunátegui	6.989.304-k	0	0	1.082	7.878
Guillermo Luksic Craig	6.578.597-8	0	0	3.610	26.641
Giorgio Maschietto Montuschi	4.344.082-9	0	0	0	5.675
Ernesto Tironi Barrios	4.773.816-4	0	1.891	5.107	5.443
Total		105.422	60.504	93.211	133.208

(*) El Director señor René Araneda Largo, recibió adicionalmente en el ejercicio 2013 por servicios de Asesoría, la suma de \$27.558.993.-

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

(2) Al 31 de diciembre de 2013, el señor Guillermo Luksic C., no era miembro del Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A.

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 2013, el Directorio incurrió en gastos de asesoría por un monto de M\$15.598.-

No existen servicios contratados con la firma auditoría externa PriceWaterhouseCooper u otra entidad que sean relevantes de declarar.

COMITÉ DE DIRECTORES

Viña San Pedro Tarapacá S.A.

- I. La Sociedad cuenta con un Comité de Directores en virtud del acuerdo voluntario tomado por el Directorio y lo expuesto en la Junta de Accionistas N° 67 de la Sociedad celebrada el 10 de abril de 2013.
- II. Identificación Miembros del Comité períodos 2013 – 2012 y remuneraciones percibidas en estos períodos por los miembros del Comité:

M\$ Totales Pagados durante los años 2013- 2012 (valores pesos actualizados al 31-12-2013)

DIRECTOR	RUT	DIRECTOR INDEPENDIENTE	2013 DIETA	2012 DIETA
Carlos Mackenna Iñiguez	4.523.336-7	Director Independiente ^(*)	6.118	3.524
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3		6.118	5.517
Gustavo Romero Zapata	5.546.329-8		6.118	5.015
Ernesto Tironi Barros (**)	4.773.816-4		0	1.993
Total			18.354	16.049

(*) El director señor Carlos Mackenna Iñiguez, ha sido elegido para los períodos 2013 y 2012 como Director Independiente de acuerdo a lo establecido en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046.

(**) El director señor Ernesto Tironi, no era director al 31 de diciembre de 2012.

III. Actividades realizadas por el Comité de Directores durante el ejercicio 2013:

El Comité sesionó en 12 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 2013 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 2013 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 N° 18.046:



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 al menos 95% de la propiedad de la contraparte.

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:

- Contratos de compra de vinos a granel a Viña Tabalí S.A. Comprador VSPT;
- Suscripción Acuerdo de Licenciamiento y Venta de Vinos de Finca La Celia S.A. ("FLC") a Compañía Industrial Cervecera S.A. (CICSA);

- Venta activos fijos de Misiones de Rengo y traslado a Isla de Maipo, por Master Plan. Comprador VSPT;
- Contratos de compra de vinos a granel a Compañía Agrícola y Forestal el Álamo Limitada (relacionada de Cía Chilena de Fósforos S.A.). Comprador VSPT;
- Venta activo fijo vehículo (1 unidad) de VSPT. Comprador Sudamericana Aéreas y Marítimas S.A. (SAAM);
- Contratos de compra de uva orgánica a Vitivinícola del Maipo S.A. Comprador VSPT;
- Servicios de Administración y explotación de predios para la producción de uva orgánica cosecha 2013 Vitivinícola del Maipo S.A. – Prestador del servicio VSPT;
- Contratación servicios de publicidad a Canal 13 S.A. y aumento valores;
- Contrato de venta spot de vino "GatoNegro" entre la filial FLC y CICSA;
- Subarrendamiento pisos 16, 17 y 18 Edificio CCU de CCU a VPST, contrato que opera dentro del contrato de Servicios Compartidos;
- 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., Comercial CCU S.A., Creccu S.A. y entre la filial FLC y CICSA, durante el ejercicio y las aplicables para el año 2014.

IV .ASESORÍAS Y GASTOS:

Durante el ejercicio 2013 el Comité desarrolló sus funciones con los recursos internos de la Sociedad, con el apoyo de la matriz CCU, 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.



EJECUTIVOS PRINCIPALES DE VSPT				
CARGO	NOMBRE	RUT	PROFESIÓN	FECHA DE NOMBRAMIENTO
Designación				
Gerente General	Pedro Herane Aguado	11.677.304-K	Ingeniero Comercial	01/04/2013
Gerente de Administración y Finanzas	Germán Del Río López	13.471.168-K	Ingeniero Comercial	24/05/2010
Gerente de Exportaciones	Carlos López Dubusc	10.339.518-6	Ingeniero Civil	04/02/2008
Gerente de Exportaciones	Javier Iglesias Buchanan	8.132.280-5	Administrador de Empresas	17/08/2009
Gerente Comercial de Mercado Nacional	Marcela Ruiz Hadad	10.453.595-K	Ingeniero Civil Químico	03/04/2013
Gerente de Agrícola y Abastecimiento	Juan Cury Cuneo	9.481.380-8	Ingeniero Agrónomo	30/11/2004

Remuneración total ejecutivos principales, gerentes y otros ejecutivos de la Sociedad. Años 2013-2012

EJECUTIVOS PRINCIPALES, GERENTES Y OTROS EJECUTIVOS DEL GRUPO SAN PEDRO	2013 REMUNERACIONES Y BENEFICIOS	2012 REMUNERACIONES Y BENEFICIOS
Montos	MM\$2.654.-	MM\$ 2.748.- (*)

(*) Este monto incluye \$ 287 millones pagados al Vicepresidente Ejecutivo de la Sociedad, señor René Araneda Largo, cargo que dejó de ejercer en diciembre de 2012.

DOTACIÓN DE PERSONAL

La dotación permanente al 31 de diciembre de 2013 alcanzó a 1218 empleados, los que se detallan en la siguiente tabla:

EMPRESAS	PERSONAL			TOTAL
	GERENTES Y EJECUTIVOS PRINCIPALES	PROFESIONALES Y TÉCNICOS	TRABAJADORES	
Vitivinícola del Maipo S.A	0	9	27	36
Viña del Mar de Casablanca S.A	0	0	9	9
Viña Misiones de Rengo S.A.	0	0	0	0
Viña San Pedro Tarapacá S.A.	55	310	709	1.074
Finca la Celia S.A.	1	16	82	99
Viña Valles de Chile S.A.	0	0	0	0
TOTAL VSPT WG	56	335	827	1.218

La Sociedad cuenta con una política de compensación de ejecutivos consistente en 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 compensaciones de ejecutivos fue examinado por el Comité de Directores y aprobado por el Directorio de la Sociedad para el periodo 2013.

Los Directores y Ejecutivos Principales de Viña San Pedro Tarapacá S.A no poseen participación en la Sociedad.

Historias que se unen

A los pies de Los Andes en la Región Metropolitana, Don Francisco de Rojas, funda Viña de Rojas, hoy conocida como Viña Tarapacá.

Viña San Pedro inicia las primeras exportaciones de vino a Estados Unidos, Canadá, Alemania y Japón.

Compañía Chilena de Fósforos, adquiere la propiedad de Viña Tarapacá y ese mismo año adquieren el fundo El Rosario de Naltahua, en el corazón del Valle del Maipo.

Se inicia la implementación del proyecto Siglo XXI, para aumentar la capacidad productiva, enológica y comercial de Viña San Pedro.

Viña San Pedro es fundada en la Región del Maule, por los hermanos Bonifacio y José Gregorio Correa Albano.

Viña de Rojas es comprada por Don Manuel Zavala Meléndez, y pasa a llamarse Viña Tarapacá.

Viña San Pedro se convierte en S.A. y comienza a transar sus acciones en la Bolsa de Comercio de Santiago y en la Bolsa Electrónica de Chile.

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

Nace Viña Altaír en el Alto Cachapoal, bodega concebida para la producción de vinos de alta gama.



Joint venture de San Pedro con Sociedad Agrícola y Ganadera Río Negro Ltda. da origen a Viña Tabalí S.A., bodega boutique desarrollada para la producción de vinos Premium y Súper Premium en el Valle del Limarí.

Viña Tabalí adquiere la propiedad de Viña Leyda y Viña Altaír pasa a ser filial de Viña San Pedro, acentuando así el foco del Grupo San Pedro en los segmentos Premium y Súper Premium.

Exitosa consolidación de VSPT, en términos administrativos, comerciales y operativos. Cada viña mantiene su identidad y carácter independiente.

Viña San Pedro es elegida como "Viña del Nuevo Mundo 2011" por la revista Wine Enthusiast, una de las publicaciones especializadas más prestigiosas de Estados Unidos y el mundo.

Pablo Granifo Lavin asume como nuevo Presidente del Grupo y Pedro Herane, como nuevo Gerente General.

Viña Misiones de Rengo y Viña Urmeneta, se fusionan en Viña Valles de Chile.

Guillermo Luksic Craig asume como Presidente del Directorio de Viña San Pedro S.A.

La Sociedad, colocó exitosamente su primera emisión de bonos por UF 1,5 millones.

Se fusionan Viña San Pedro con Viña Tarapacá dando origen a un nuevo grupo vitivinícola en Chile, VSPT, líder de mercado nacional en el segmento de vinos finos reserva y el segundo mayor exportador del país

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

Viña Tabalí deja de formar parte del Grupo y Viña Leyda se incorpora en un 100% a la propiedad de VSPT.

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 el segundo grupo vitivinícola exportador de Chile, y líderes en venta de botellas finas en el mercado doméstico chileno.

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, Viñamar, Casa Rivas y La Celia.

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

- Viña San Pedro.
- Viña Tarapacá.
- Viña Santa Helena.
- Viña Misiones de Rengo.
- Viña Leyda.
- Viñamar.
- Casa Rivas.
- 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

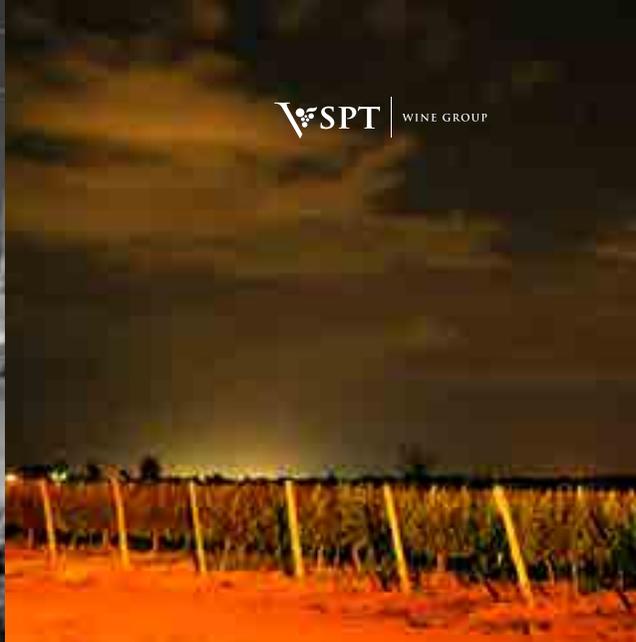
las unidades es efectuada por Viña San Pedro Tarapacá. Los gerentes de las unidades de negocio reportan directamente al Gerente General de Viña San Pedro Tarapacá S.A., matriz que cumple un rol de coordinadora, controladora y prestadora de servicios. De esta forma, las gerencias de Administración y Finanzas,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

En tanto, Compañía Cervecerías Unidas S.A. (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. Por su parte, CRECCU y VSPT tienen un contrato de afiliación del Comercio por medio del cual CRECCU entrega a los clientes operación de crédito financiero.

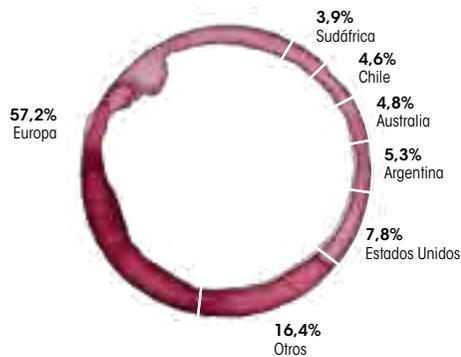
La máxima instancia de toma de decisiones de la compañía es el Directorio, al cual reporta el Gerente General. Este organismo, constituido por nueve miembros, sesiona mensualmente con el objeto de velar por el desarrollo de la estrategia del Grupo VSPT. Por otra parte y en virtud del acuerdo tomado por el Directorio y lo expuesto en la Junta Ordinaria de Accionistas N°67 la Sociedad cuenta con 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 el artículo 50 bis de la Ley 18.046, sobre sociedades anónimas y la revisión de la totalidad de las transacciones con entidades relacionadas.

Actividades y Negocios

En Chile, el consumo interno per cápita anual de vino se estima en torno a los 12 litros. Respecto de los formatos y de acuerdo a las cifras de Nielsen, el 50,5% del consumo corresponde a botella, un 46,3% a vino en caja y un 3,1% a envases plásticos y latas.



PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VINO 2013 (%)



Fuente: OIV

Descripción de la Industria Vitivinícola Mundial

La industria vitivinícola mundial ha experimentado un importante desarrollo en las últimas décadas. La competitividad del rubro, gracias a la consolidación de países del Nuevo Mundo, como Argentina, Chile, Australia y Estados Unidos, ha permitido alcanzar un mayor desarrollo tecnológico y de negocios.

De acuerdo a datos de la Organización Internacional del Vino (OIV), la producción mundial de vino estimada para el año 2013 se situó cerca de los 281 millones de hectolitros. Europa sigue siendo el principal productor (57%) y consumidor de vino en el mundo. Sin embargo, durante los últimos años la tendencia muestra un aumento consistente en la producción de vinos de países del Nuevo Mundo.

Descripción de la Industria Vitivinícola Chilena

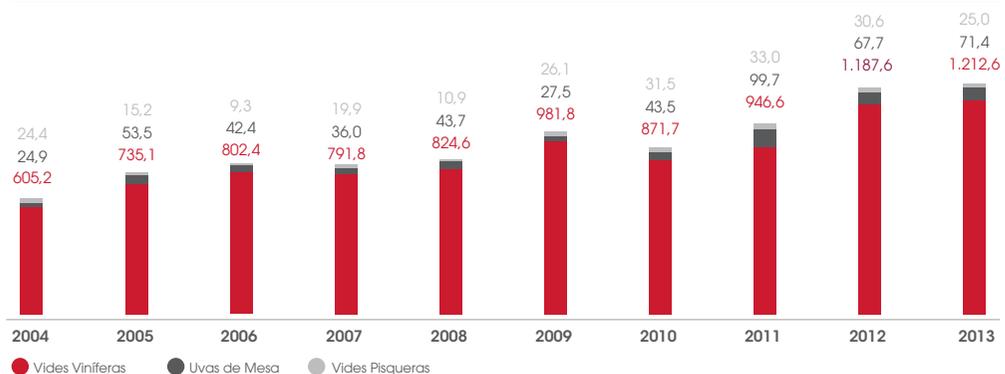
El foco de Chile en el mercado internacional está puesto en vinos de alta calidad a precios competitivos, con el objetivo de ser reconocidos como uno de los grandes exponentes del Nuevo Mundo. Chile, en la industria mundial del vino, todavía es un pequeño participante, de acuerdo a las cifras aportadas por la OIV, sus volúmenes representan un 4,6 % de la producción mundial, con 12,8 millones de hectolitros.

La gran mayoría de las viñas exportadoras nacionales participa en Wines of Chile, organización que tiene como misión promocionar la calidad e imagen del vino chileno, a través de sus oficinas en Santiago, Londres y Nueva York, así como a través de sus representantes en Canadá, Brasil, Europa y Asia, mediante la gestión de una estrategia comunicacional que incluye, participación en concursos, eventos y ferias internacionales.

Wines Of Chile trabaja de la mano con ProChile, siendo uno de sus principales objetivos, fortalecer la categoría de vinos chilenos en los siguientes mercados: Estados Unidos, Canadá, Asia, Brasil y Europa.

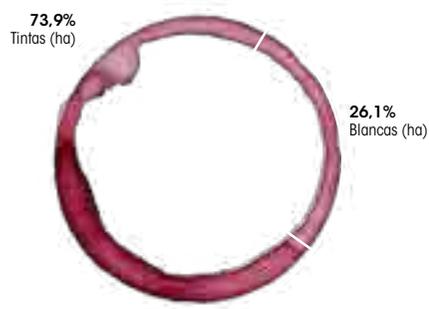
Wines Of Chile, se ha propuesto el objetivo de crecer un promedio anual de 9.2% en valor, para alcanzar la meta de US\$3 billones en exportaciones de vino embotellado (FOB) al 2020. Este objetivo, se basa en las oportunidades que se han detectado en el mercado internacional y apoyado por los crecimientos históricos de la categoría.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN, CHILE



Fuente: elaborado por Odepa sobre la base de antecedentes del SAG y el Servicio Nacional de Aduanas

COMPOSICIÓN DE LAS VIDES DE VINIFICACIÓN, CHILE (2013)



Fuente: SAG

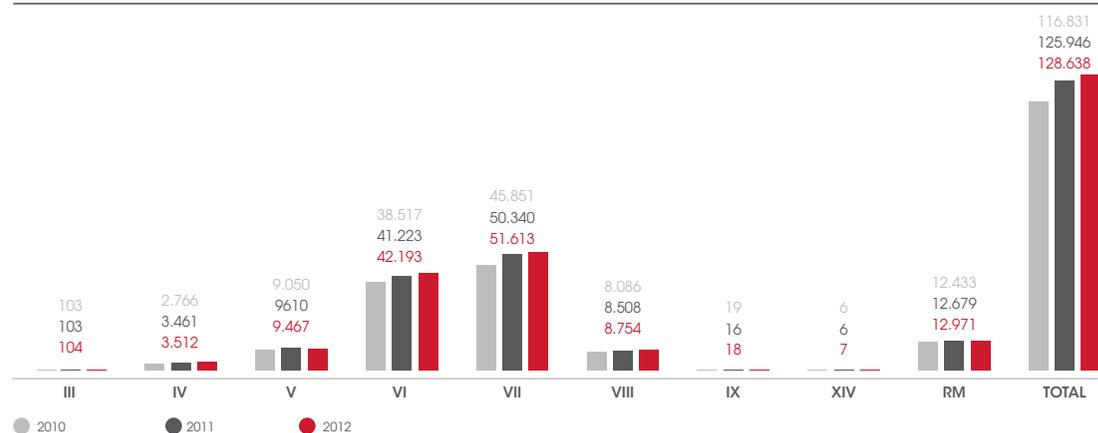
Superficie y Producción (Chile)

Con respecto a la superficie plantada en Chile, se puede destacar un incremento progresivo desde el año 2008, alcanzando una tasa de crecimiento anual cercana al 5% promedio.

De la superficie total del país destinada a vinificación, el 73,9% corresponde a cepas tintas y el 26,1% a blancas, según el último Catastro Vitícola Nacional realizado el año 2013 por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).

Durante el año 2013, se puede apreciar un aumento de 2,1% en la producción de vides viníferas respecto del año anterior, asimismo, se puede observar una tendencia -en los últimos 4 años- de disminución en la producción de uva pisquera. El último año, esta variedad cayó un 18% respecto al anterior.

SUPERFICIE TOTAL PLANTADA, CHILE



Fuente: SAG

Descripción del Mercado Doméstico Chileno

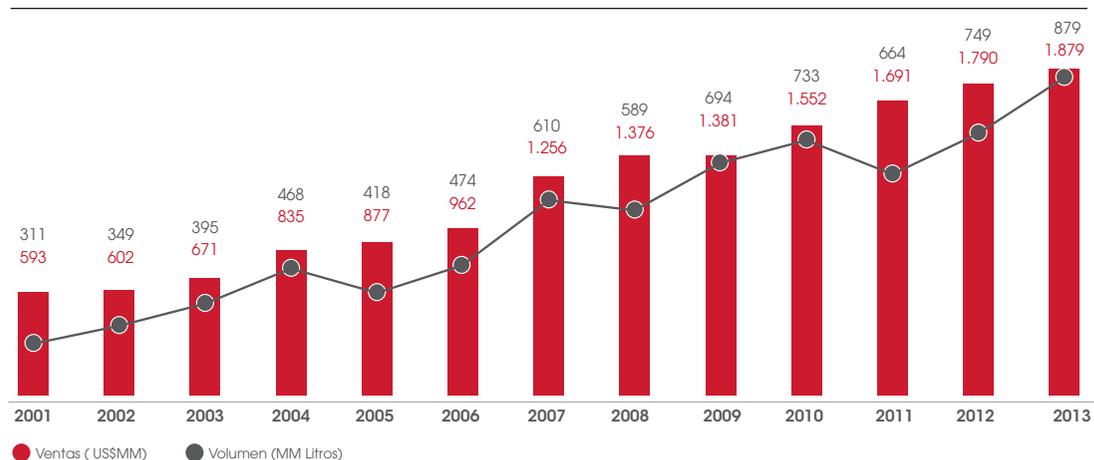
En Chile, la principal característica del mercado ha sido la de un consumo de vino masivo y de bajo precio. Se estima un consumo de 12,2 litros per cápita anual, sin embargo, en los últimos años la categoría masivo ha ido retrocediendo en favor de vinos de un nivel más Premium. Respecto de los formatos y de acuerdo a las cifras de Nielsen, el 50,5% del consumo en Chile corresponde a botella, un 46,3% a vino en caja y un 3,1% a envases plásticos y latas.

Descripción del Mercado de Exportaciones Chileno

En los últimos siete años, las exportaciones chilenas de vino envasado muestran una clara tendencia de crecimiento, alcanzando un promedio anual de expansión de 6% en cajas de 9 litros vendidas. En términos de valor, las exportaciones han aumentado a una tasa del 8,4% promedio, alcanzando los US\$1.519 millones, de acuerdo a cifras de Vinos de Chile, para el año 2013.

Durante el último año, los volúmenes de vino envasado al exterior experimentaron una disminución de 1,3% respecto del año anterior, alcanzando 467 millones de litros. Sin embargo, el precio promedio muestra un aumento cercano al 3%. Los principales mercados de destino son Estados Unidos, Reino Unido, China, Japón, Holanda, Brasil, Canadá y Rusia.

VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN, CHILE



Fuente: Vinos de Chile

Nota: Volúmenes de Exportación incluye graneles.

Descripción de la Industria Vitivinícola Argentina

A partir de mediados de la década del noventa, Argentina aceleró su desarrollo exportador de vinos y espumantes, acción que le permite situarse hoy, como uno de los mayores países productores. La reducción del mercado interno, debido a la disminución del consumo, ha generado un sostenido incremento de las exportaciones de vinos, siendo sus principales mercados de destino, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Reino Unido y los Países Bajos.

En tanto, durante el 2013 se puede destacar un crecimiento en valor y volumen en las exportaciones hacia Estados Unidos, Reino Unido y México.

Superficie y Producción (Argentina)

Según información otorgada por el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), Argentina cuenta con una superficie total cultivada que asciende a las 221 mil hectáreas. De este total de hectáreas, 204.158 corresponden a variedades para vinificar, de las cuales el 52,31% son variedades tintas, 20,89% variedades blancas y 26,79% variedades rosadas. De las cepas tintas, sobre el 30% corresponde a Malbec, seguido por Bonarda y Cabernet Sauvignon, en tanto en blancas, lidera Pedro Giménez, seguido por la Torrentes Riojano y el Chardonnay.

El año 2013, la industria experimentó un alza en sus volúmenes de uva cosechados llegando a 2.851 millones de kilos. En tanto, las bodegas activas suman 948, cuatro menos que en 2012.

Descripción del Mercado Doméstico Argentino

De acuerdo a las estimaciones realizadas por el Instituto Nacional de Vitivinicultura, el consumo de vino en Argentina durante el 2013 se mantuvo en torno a los mil millones de litros, aunque se mantiene la tendencia de los últimos 13 años, con una franca disminución del consumo interno. Actualmente, los argentinos consumen en promedio 23 litros per cápita al año, versus los 37 litros que consumían en 2001.

Descripción del Mercado de Exportaciones Argentino

Durante el año 2013, la industria de exportaciones argentina rompió con la tendencia de alza en valor en dólares y en volumen, que venía mostrando en los últimos años. La principal razón de esto, es la difícil situación económica por la que atraviesa el país, la que le ha hecho perder competitividad a nivel internacional.

Durante el año 2013, Argentina exportó 307 millones de litros (incluyendo graneles) por un monto de US\$868 millones, lo que significó una disminución en volúmenes de vino exportado de 16% y un 5% en valor, respecto a 2012.

VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN, ARGENTINA

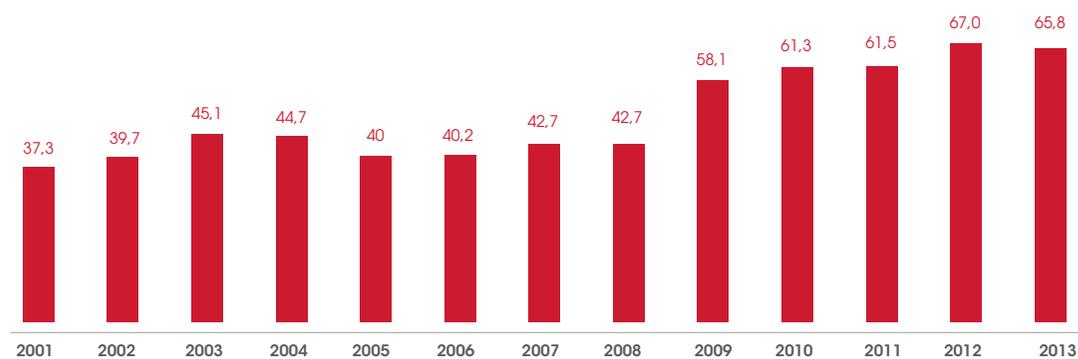


Fuente: Caucasia

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE VSPT

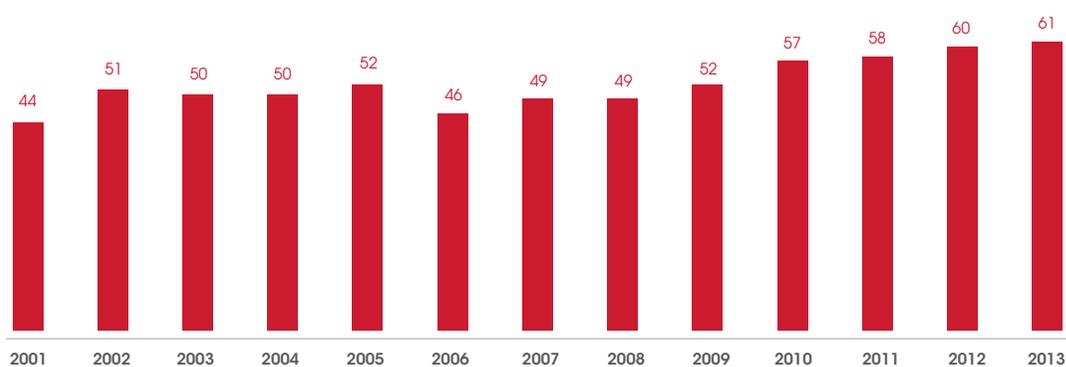
VSPT participa principalmente en dos mercados, en Chile, donde las ventas en el mercado doméstico este año alcanzaron los 61 mil millones de litros, y en exportaciones a través de las ventas realizadas tanto por las filiales de Chile y Argentina.

VOLÚMENES DE VENTA VSPT EXPORTACIONES* (MMLT)



(*) Incluye Chile y Argentina

VOLÚMENES DE VENTA VSPT, MERCADO DOMÉSTICO CHILE (MMLT)



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 exportación y domésticos. 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, 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 agrícola de VSPT se realiza bajo las pautas que impone nuestro Enfoque 360° Sustentable, tanto en los ámbitos medioambientales como en los de Responsabilidad Social Empresarial.

Esta producción se realiza a lo largo del país, en diversas zonas donde se encuentran los valles vitivinícolas más importantes de Chile, que van desde el Elqui (IV Región) hasta el Maule (VII 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.

Una de las principales tareas del Área Agrícola, es la administración de las 3.869 hectáreas plantadas, propias y arrendadas, de las cuales 2.342 corresponden a Viña San Pedro, 600 a Viña Tarapacá, 89 a Santa Helena, 163 a Leyda, 295 a Viñamar y Casa Rivas, y 379 a La Celia (Argentina).

Las viñas del Grupo promueven el desarrollo de sus trabajadores a través de su constante capacitación, trabajando permanentemente en la incorporación de nuevas tecnologías, que hagan más eficientes económica, social y medioambientalmente, los procesos productivos agrícolas.

Como parte de la gestión agrícola, y asegurando la renovación de los recursos naturales, destacan el cuidado en el manejo del suelo, el uso racional del agua, el manejo integrado de plagas, y el uso criterioso de plaguicidas para el control de plagas, enfermedades y malezas.

De esta manera, VSPT asegura una producción agrícola que cumple con su filosofía 360° Sustentable y prácticas coherentes con su entorno social y medioambiental.

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	1.071	Propia
San Pedro	Valle del Maule	Pencahue	Pencahue	711	Propia
San Pedro	Valle del Colchapoal	Requínoa	Totihue	93	Propia
San Pedro	Valle del Colchapoal	Requínoa	Quillayes	86	Arrendada
San Pedro	Valle Rapel	Rengo	Santa Sofía	34	Propia
San Pedro	Valle de Colchagua	Santa Cruz	Chépica	223	Propia
San Pedro	Valle del Maipo	Buín	Maipo	12	Propia
San Pedro	Valle del Maipo	Buín	Maipo	41	Arrendada
San Pedro	Valle del Rapel	Requínoa	Altaír	71	Propia
Sub Total San Pedro				2.342	
Tarapacá	Valle del Maipo	Isla de Maipo	El Rosario de Naltahua	600	Propia
Santa Helena	Valle de Colchagua	San Fernando	San Fernando	89	Arrendada
Viña Mar	Valle Casablanca	Casablanca	Casablanca	61	Propia
Viña Mar	Valle Casablanca	Casablanca	Loyola	26	Arrendada
Casa Rivas	Valle del Maipo	María Pinto	Santa Teresa	208	Propia
Sub Total Viña Mar				295	
Leyda	Valle de San Antonio	Leyda	El Maitén	87	Propia
Leyda	Valle de San Antonio	Leyda	El Granito	76	Arrendada
Sub Total Leyda				163	
Sub Total Chile				3.490	
Finca La Celia	Valle de Uco	San Carlos	Finca La Celia	379	Propia
Total VSPT				3.869	

* Las hectáreas plantadas incluyen hectáreas en producción y en inversión.

Enología

El Área Enológica maneja el resultado de la gestión agrícola, incorporando la habilidad del enólogo para, finalmente, producir un vino de óptima calidad, que sea demandado por el mercado. Esta Área 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 le permite al enólogo tener toda la información necesaria para la elaboración de los productos.

Asimismo, la Compañía cuenta con certificaciones de calidad y sustentabilidad reconocidas a nivel nacional e internacional, para lo cual ha debido preparar y capacitar a sus colaboradores. Por ejemplo, VSPT posee certificaciones ISO y HACCP, iniciativas que permiten aplicar en el trabajo diario, las mejores y más modernas técnicas para potenciar la calidad de los vinos.

LA CAPACIDAD INSTALADA DEL GRUPO SAN PEDRO TARAPACÁ 2013 SE DESGLOSA EN EL SIGUIENTE CUADRO:

BODEGA	MOLINA	LONTUÉ	ISLA DE MAIPO	SANTA HELENA	MISIONES DE RENGÓ	LEYDA	GRANDES VINOS DE SAN PEDRO	VIÑAMAR	CASA RIVAS	LA CELIA
Infraestructura	Si	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	No	Si
Recepción de Uvas	Si	No	Si	No	No	No	Si	No	No	Si
Elaboración	Si	Si	Si	No	No	No	Si	No	No	Si
Vinificación	Si	No	Si	No	No	No	Si	No	No	Si
Guarda	Si	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	No	Si
Envasado	Si	Si	Si	No	No	No	No	No	No	Si
Capacidad Envasado Máxima litros/hora	33.000	34.500	11.000	0	0	0	0	0	0	4.500
Capacidad Bodega Vinos (miles de litros)	38.800	13.300	27.500	2.400	0	0	800	1.000	0	7.400

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: Lontué, Molina e Isla de Maipo.

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 (TCCU), filial de CCU S.A., que posee una de las redes de distribución más grandes de Chile. Actualmente, TCCU cuenta con 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, en exportaciones, la Gerencia de Operaciones es responsable de la cadena de suministros y de la coordinación logística y de distribución de los productos desde las plantas productivas hasta el puerto, donde el vino es embarcado para llegar al cliente final. La comercialización de los vinos en los países de destino y a público, es responsabilidad de nuestros clientes, prestigiosos distribuidores de vinos y licores en diferentes partes del mundo, con los cuales existen acuerdos previos. Entre los principales mercados de destino se encuentran, Estados Unidos, Brasil, Reino Unido y China.

La Sociedad, no cuenta con ningún proveedor que represente de forma individual al menos el 10% de las compras efectuadas en el período 2013 por la Sociedad por el suministro de bienes y servicios del segmento. La Sociedad asimismo, no cuenta con ningún cliente que en forma individual represente al menos el 10% de los ingresos de la Compañía.



De acuerdo al informe de Vinos de Chile, VSPT es la segunda mayor viña exportadora del país, con un 13,1% de participación de mercado en volumen envasado durante el 2013. En tanto, en el mercado doméstico, es el tercer mayor grupo vitivinícola en términos de participación, con un 27,3%, según datos proporcionados por Nielsen, esto representa un aumento de 0,6% respecto al año anterior.

Los volúmenes de ventas totales de vino envasado de VSPT alcanzaron los 127 millones de litros en 2013, incluyendo tanto las exportaciones como las ventas en los mercados domésticos de Chile y Argentina.

Licencias

Las Sociedades Viña Altair S.A.; Viña Del Mar de Casablanca S.A. Viña Santa Helena S.A. y Viña Valles de Chile S.A., han otorgado a Viña San Pedro Tarapacá S.A licencias de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile. Estas licencias tienen una vigencia de 10 años cada una, renovables.

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 y su Reglamento contenido en el Decreto N°702 del Ministerio del Interior y a la normativa dictada al efecto por la Superintendencia de Valores y Seguros. Adicionalmente, la Sociedad y sus subsidiarias deben observar las normas aplicables de manera específica las actividades y negocios que realizan, entre ellas: la Ley N° 18.455 sobre Producción, Elaboración y Comercialización de Bebidas Alcohólicas, reglamentada en el Decreto N° 78 del Ministerio de Agricultura de 1986, que establece, entre otras, la obligación de inscribir las bebidas alcohólicas que se comercialicen en Chile en el registro que al efecto lleva el SAG y los requisitos de rotulación, la Ley N° 19.925 sobre Expendio y Consumo de Bebidas Alcohólicas, que establece la obligación de contar con patente de alcoholes para el expendio de bebidas alcohólicas, fija el horario de funcionamiento para dichos establecimientos, dispone la prohibición de venta y suministro a menores de 18 años de edad en establecimientos autorizados para el expendio de bebidas alcohólicas así como la venta, suministro o consumo en lugares determinados, y demás requisitos y condiciones para la comercialización de bebidas alcohólicas, y el Decreto N° 464 del Ministerio de Agricultura de 1995 sobre Zonificación Vitícola o denominación de origen para vinos que se produzcan en el país y fija normas para su utilización, estableciéndose las zonas geográficas de las cuales se deben obtener las uvas para contar con la respectiva denominación de origen.



Principales Marcas Comercializadas Por VSPT



SAN PEDRO:

- Grandes Vinos de San Pedro (Altair, Cabo de Hornos, Kankana del Elqui, Tierras Moradas y Sideral)
- 1865 Single Vineyard
- Castillo de Molina
- Epica
- GatoNegro

TARAPACÁ:

- Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Blanca
- Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Negra
- Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Azul

SANTA HELENA:

- Parras Viejas
- Vernus
- Selección del Directorio
- Siglo de Oro

MISIONES DE RENGO

- Misiones de Rengo Reserva Cuveé
- Misiones de Rengo Varietal

LEYDA:

- Lot
- Leyda Single Vineyard

VIÑAMAR:

- Demi Sec
- Brut
- Extra Brut
- Rosé
- Champenoise

VSPT ARGENTINA

- La Celia
- La Consulta
- Bodega Tamarí

Objetivos Estratégicos

“Este año, concluyó con éxito el Plan Estratégico 2011-13, cuyos mayores logros fueron implementar un modelo sustentable de crecimiento para Chile y Argentina. Además, se logró optimizar la plataforma de activos que busca convertir a VSPT en una empresa más competitiva y flexible dentro del complejo mercado global. Asimismo, el directorio aprobó el nuevo plan estratégico para el trienio 14-16, que busca insertar a VSPT como un actor más importante dentro del sector vitivinícola mundial”.

Plan Estratégico 2011-2013

En diciembre del año 2010, fue aprobado por el Directorio el Plan Estratégico para el trienio 2011-2013.

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°.

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



Factores de Riesgo y Planes de Inversión



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 que desarrolla la Sociedad, 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.

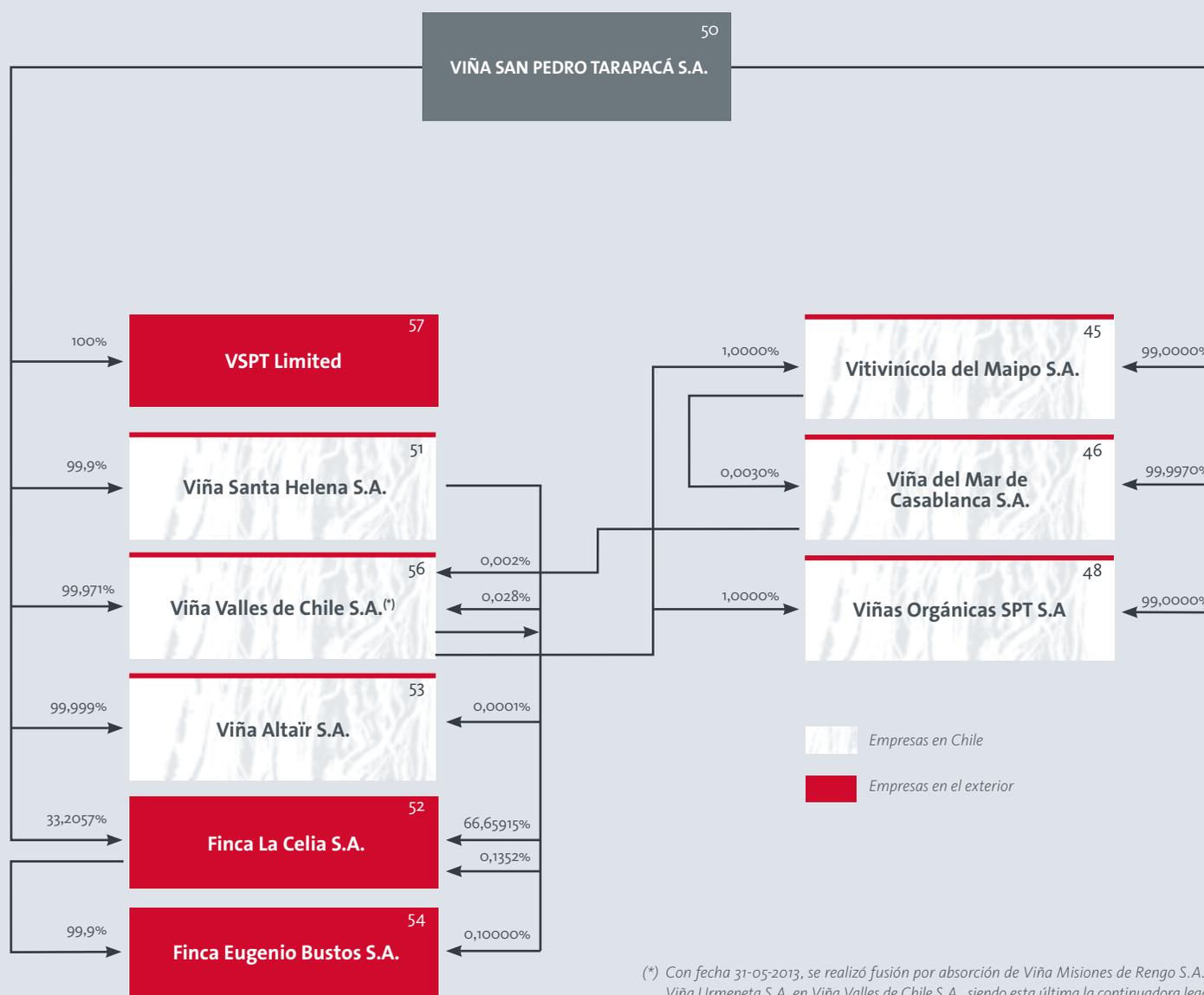
Planes de inversión

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

Seguros

Una serie de contratos anuales mantiene el Grupo San Pedro Tarapacá con diversas compañías aseguradoras de primera clase para todos sus bienes, es decir, maquinarias, edificios, vehículos, créditos a las exportaciones, materias primas, productos en proceso y terminados, y perjuicios por paralización, entre muchos otros. Las pólizas cubren daños por incendios, terremotos, 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.

Estructura Societaria



Propiedad y Acciones

Situación de Control

Viña San Pedro Tarapacá S.A. es controlada, indirectamente, por Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), Rut N° 90.415.000-3, quien posee el 64,72% de las acciones de la Sociedad al 31 de diciembre de 2013. A igual fecha, el capital suscrito y pagado es de M\$123.808.521.231.- distribuido en un total de 39.969.696.632 acciones de serie única y 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. (IRSA) IRSA directa e indirectamente a través de su filial Inversiones IRSA Limitada, posee un 60% del capital accionario de CCU.

Quiñenco S.A. y Heineken Chile Ltda., suscribieron un Pacto de Accionistas, depositado en el Registro de Accionistas de CCU, que considera restricciones para que estos puedan adquirir acciones de CCU en forma independiente debiendo, salvo excepciones, ser adquiridas por IRSA. Dicho Pacto contempla asimismo restricciones a la libre enajenación de acciones de IRSA. por parte de dichos accionistas, considerando derechos preferentes, entre otros.

Las acciones emitidas y pagadas de Quiñenco S.A., son de propiedad en un 81,4% de las sociedades Andsberg Inversiones Ltda., Ruana Copper 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 Copper A.G. Agencia Chile y un 99,76% de las acciones de Inversiones Orengo S.A.

Andrónico Luksic Craig, Rut N° 6.062.786-K y familia tienen el control del 100% de las acciones de Inversiones Consolidadas S.A. y de Inversiones Salta S.A. La sucesión de don Guillermo Luksic Craig Rut N° 6.578.597-8, tiene 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 Quiñenco S.A.

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 International B.V., la cual es a su vez filial de Heineken N.V. El socio mayoritario de Heineken N.V. es la sociedad holandesa Heineken Holding N.V., sociedad holandesa filial de la sociedad L'Arche Green N.V. la cual es filial de L'Arche Holdings S.A., esta última controlada por la familia Heineken. La propietaria del 99% de las acciones de L'Arche Holdings S.A. es la señora C.L. de Carvalho-Heineken.

Identificación de Accionistas Mayoritarios:

Compañía Chilena de Fósforos S.A., Rut N° 90.081.000-8, posee al 31 de diciembre de 2013 el 30% de las acciones de Viña San Pedro Tarapacá S.A.

Identificación de 12 mayores Accionistas:

Los doce principales accionistas de la Sociedad al 31 de diciembre de 2013 poseen el 97,98% de su propiedad, los cuales se identifican a continuación:

Doce Principales Accionistas de la Sociedad (Al 31 de diciembre de 2013)

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	RUT	DIRECCIÓN	ACCIONES AL 31/12/2013	% PARTICIPACIÓN
CCU Inversiones S.A.	76.593.550-4	Av Vitacura 2670 Piso 22. Las Condes. Stgo	25.866.493.503	64,72%
Compañía Chilena de Fósforos S.A.	90.081.000-8	Los Conquistadores 1700 Piso 15 Torre St. Providencia. Santiago	11.990.908.990	30,00%
Banchile C de B S.A.	96.571.220-8	Agustinas 975 Oficina 209. Santiago	342.068.265	0,86%
HMG Globetrotter	47.005.260-0	1-3, Placé Valhubert 75013.	255.087.980	0,64%
BTG Pactual Chile S.A C de B	84.177.300-4	Apoquindo 3721 Piso 19. Las Condes. Santiago	220.230.526	0,55%
Bolsa De Comercio de Santiago Bolsa de Valores	90.249.000-0	La Bolsa 64. Santiago.	96.992.907	0,24%
Santander S A C de B	96.683.200-2	Bandera 140 Piso 12. Santiago	88.853.115	0,22%
Inversiones Orengo S.A.	90.170.000-1	Avenida Apoquindo 4001 Piso 14. Las Condes	73.005.467	0,18%
Larrain Vial S.A. Corredora de Bolsa	80.537.000-9	Av El Bosque Norte 0177 Piso 4. Las Condes	60.420.863	0,15%
Banco de Chile por Cuenta de terceros no Residentes	97.004.000-5	Ahumada 251. Santiago	57.530.364	0,14%
Dimensional Investments Chile fund Ltda	78.417.140-K	Ahumada 251. Santiago	57.038.434	0,14%
IM Trust S.A. C de B	96.489.000-5	Av Apoquindo 3721 Piso 16, Santiago Las Condes	54.829.384	0,14%
			39.163.459.798	97,98%



Accionistas

Viña San Pedro Tarapacá S.A. al 31 diciembre de 2013 cuenta con 1.722 accionistas registrados.

ACCIONES, SUS CARACTERÍSTICAS Y DERECHOS

Política de Dividendos

La política de dividendos que espera cumplir la Sociedad en ejercicios futuros informada por el Directorio en la última Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada el 10 de abril de 2013 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, las utilidades deben destinarse primeramente a absorber las pérdidas acumuladas, por lo cual el reparto queda condicionado a las utilidades que efectivamente se obtengan. De esta manera, si una vez absorbidas las pérdidas acumuladas existiere un remanente, sobre dicho saldo se aplicará la política recién expresada. Asimismo, señaló que esta política corresponde a la intención del Directorio, por lo cual su cumplimiento queda condicionado a las utilidades que realmente se obtengan.

Información Estadística

(1) Dividendos Pagados Respecto de los Últimos Ejercicios Anuales.

FECHA DE PAGO	TIPO/N°	MONTO TOTAL A DISTRIBUIR (\$)	\$ POR ACCIÓN	UTILIDAD AÑO
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
19-04-2013	Definitivo N°17	3.781.435.123	0,09460755125	2012

(2) Transacciones Trimestrales en Bolsa, de los últimos dos ejercicios anuales.

TRIMESTRE/AÑO	PROMEDIOS POR TRIMESTRE			PRESENCIA BURSÁTIL (%)
	N° ACCIONES TRANSADAS	MONTO (\$)	PRECIO PROMEDIO \$	
1er Trimestre 2012	410.009.476	1.380.607.436	3,4	13,33
2do Trimestre 2012	294.577.989	957.634.162	3,3	13,33
3er Trimestre 2012	4.916.502.710	14.704.213.074	3,0	17,22
4to Trimestre 2012	595.860.896	1.769.862.759	3,0	17,22
1er Trimestre 2013	82.107.569	255.214.760	3,1	8,89
2do Trimestre 2013	1.311.336.813	4.324.172.588	3,3	8,89
3er Trimestre 2013	560.628.825	1.840.481.917	3,3	7,78
4to Trimestre 2013	87.739.180	267.982.278	3,1	7,78

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.

Hechos Relevantes, Esenciales y Otros Antecedentes



SPT WINE GROUP



Memoria Anual 2013

43



Hechos Relevantes, Esenciales y Otros Antecedentes

Durante el año 2013, Viña San Pedro Tarapacá S.A. informó a la Superintendencia de Valores y Seguros los siguientes hechos esenciales:

• 5 de marzo de 2013:

- Se informa renuncia presentada por el Gerente General don Javier Bitar Hirmas efectiva a partir del 31 de marzo de 2013 y nombramiento en el cargo de Gerente General a don Pedro Herane Aguado, a partir del día 1° de abril de 2013.
- Se informa que el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., en su sesión del día 5 de marzo de 2013, acordó proponer a la próxima Junta Ordinaria de Accionistas, el reparto de un dividendo definitivo de \$0,09460755125.- pesos por acción. Se propondrá pagar este dividendo definitivo a contar del día 19 de abril de 2013.

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

• 11 de Marzo de 2013:

Se informa que el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., en su sesión celebrada el día 5 de marzo de 2013, acordó citar a Junta Ordinaria de Accionistas, para el día 10 de abril de 2013, 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 2012.
3. Distribución de las utilidades del ejercicio 2012 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. Determinación de la remuneración del Directorio para el ejercicio 2013.
7. Determinación de la remuneración de los miembros del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2013.
8. Designación de Auditores Externos para el ejercicio 2013.
9. Cuenta de las actividades realizadas por el Comité de Directores durante el ejercicio 2012.
10. Cuenta de las operaciones a que se refiere el artículo 147 de la Ley N° 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 2013, (b) gastos del Directorio, (c) costo envío información requerida por Circular 1.494 de la Superintendencia de Valores y Seguros.

Informa además que el derecho a participación a dicha Junta, lo tendrán las personas que figuren inscritas en el Registro de Accionistas de la Sociedad a la medianoche del quinto día hábil anterior al día de su celebración y que la publicación de los Estados Financieros Consolidados de la Sociedad al 31 de diciembre de 2012 se realizó en el sitio Internet de la Sociedad (<http://www.vspt.cl/es/category/informacion-legal-y-corporativa/estado-financiero/>), el 31 de enero de 2013, dándose cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 76 de la ley 18.046.

• **1 de abril de 2013:**

Se informa que en relación a la Junta Ordinaria de Accionistas de Viña San Pedro Tarapacá S.A., citada para el 10 de abril de 2013, y en atención del fallecimiento del Presidente señor Guillermo Luksic Craig ocurrido el 27 de marzo de 2013, se procederá de conformidad con lo establecido en el Art. 32 de la Ley 18.046 y 71 del Reglamento de la Ley, a renovar la totalidad del Directorio, informándose las medidas tomadas.

• **10 de abril de 2013:**

Se informa aprobación de Dividendo Definitivo N° 17 por la Junta Ordinaria de Accionistas de \$0,09460755125.- pesos por acción. Se propondrá pagar este dividendo definitivo a contar del día 19 de abril de 2013.

• **28 de junio de 2013:**

Se informó vía SEIL copia de la respuesta a la Norma de Carácter General N° 341 de la SVS.

• **9 de agosto de 2013:**

Envía información respecto de grupo empresarial, Circular 1.246 de la SVS.

• **14 de octubre de 2013:**

Respuesta a oficio N° 22834 de la SVS, relativo a solicitud de información sobre efectos o impactos producidos o que pudieran producirse en la situación financiera de Viña San Pedro Tarapacá S.A., producto de las heladas que han afectado al país.

Información de Interés para el Mercado:

• **28 de marzo de 2013:**

Se informa al mercado el sensible fallecimiento del Presidente de Viña San Pedro Tarapacá S.A., señor Guillermo Luksic Craig, ocurrido el día 27 de marzo de 2013. En consideración a lo ocurrido y dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley N° 18.046 y 71 del Reglamento de la Ley, se informa que se procederá a renovar a la totalidad del Directorio en la junta ordinaria de accionistas citada para el día 10 de abril de 2013.

• **3 de abril de 2013:**

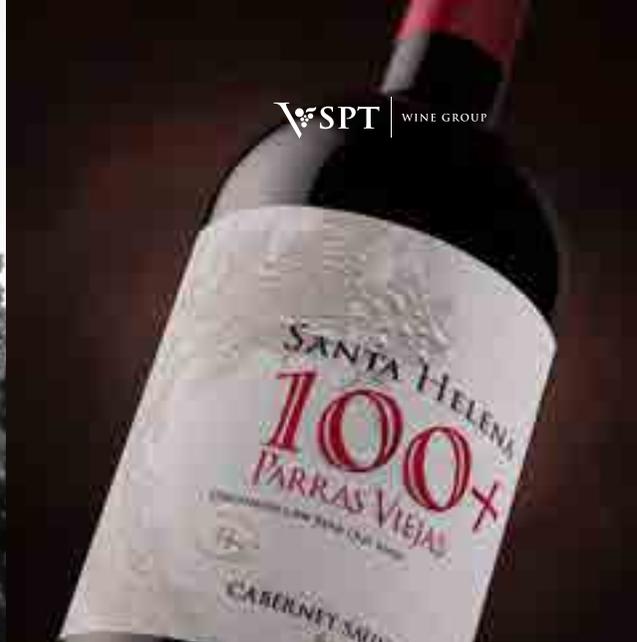
Se informó la designación como nueva Gerente Comercial de Mercado Nacional a doña Marcela Ruiz Hadad, actual Gerente de Ventas de VSPT, efectivo con la misma fecha. Se le designó asimismo como Ejecutiva Principal, agregándose a la lista de gerentes y ejecutivos principales de la Sociedad.

• **11 de abril de 2013:**

Se informa que en la Junta de Accionistas celebrada el 10 de abril de 2013, resultaron elegidos como directores, por un período de tres años, los señores René Araneda Largo, Pablo Granifo Lavín, Felipe Joannon Vergara, Patricio Jottar Nasrallah, Philippe Pasquet, Jorge Luis Ramos Santos, Gustavo Romero Zapata, Jorge Luis Vender Bresciani y el señor Carlos Mackenna Iñiguez, éste último en calidad de director independiente de conforme a lo establecido en el artículo N° 50 bis de la Ley 18.046. Se informó asimismo que: el Directorio en sesión extraordinaria del mismo día, designó como Presidente del Directorio al director señor Pablo Granifo Lavín y como Vicepresidente al director señor René Araneda Largo; El director independiente señor Carlos Mackenna Iñiguez, designó como integrantes del Comité de Directores que establece el artículo 50 bis de la ley N° 18.046, a los directores señores: Patricio Jottar Nasrallah y Gustavo Romero Zapata.



Informe Sobre Subsidiarias y Asociadas



Razón Social

VIÑA ALTAIR S.A.

(Altair Vineyards @ Winery, Viña Altair - San Pedro, VA 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.

Actividades

La adquisición y desarrollo de marcas comerciales y la explotación de las mismas a través del otorgamiento de licencias a su matriz (Viña San Pedro Tarapacá S.A.).

Capital Suscrito y Pagado:	M\$ 2.466.161
Porcentaje de Tenencia:	100%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	1,2560%

Directorio

Presidente:

Felipe Joannon Vergara

(Director, 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.)

Pedro Herane Aguado

(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gerente General:

Pedro Herane Aguado

(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

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 2013

La Sociedad ha otorgado a VIÑA SAN PEDRO TARAPACA S.A. una licencia de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile.

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.

(Viñamar 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.

Actividades

La adquisición y desarrollo de marcas comerciales y la explotación de las mismas a través del otorgamiento de licencias a su matriz (Viña San Pedro Tarapacá S.A.).

Capital Suscrito y Pagado:	M\$ 8.278.925
Porcentaje de Tenencia:	100%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	2,5766%

Directorio

Presidente:

José Luis Vender Bresciani

(Director 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.)

Pedro Herane Aguado

(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Felipe Joannon Vergara

(Director 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 2013

La Sociedad ha otorgado a VIÑA SAN PEDRO TARAPACA S.A. una licencia de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile.

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

VIÑAS ORGÁNICAS S.P.T. S.A.

(Translog Sursol, Sursol, Videma, Videma S.A., Viña Urmeneta S.A., Urmeneta S.A., V.U.S.A., Viña José Tomás Urmeneta S.A. y Viña J.T.U.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 expendir 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 transporte 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:

Germán Del Río López
(Gerente de Administración y Finanzas Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Pedro Herane Aguado
(Gerente General 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 2013

Viña San Pedro Tarapacá S.A. presta soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

Razón Social

VIÑA SANTA HELENA S.A.

(Santa Helena S.A., Vinos de Chile S.A., Vinex S.A. o VSH S.A.)

RUT: 79.713.460-0
Sociedad Anónima Cerrada Chilena
Av. Vitacura 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 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.

Actividades

La adquisición y desarrollo de marcas comerciales y la explotación de las mismas a través del otorgamiento de licencias a su matriz (Viña San Pedro Tarapacá S.A.).

Capital Suscrito y Pagado:	M\$ 85.822
Porcentaje de Tenencia:	99,9000 %
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	0,6928%

Directorio

Presidente:

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

Directores:

Germán Del Río López
(Gerente de Administración y Finanzas Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Pedro Herane Aguado
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

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 2013

La Sociedad ha otorgado a VIÑA SAN PEDRO TARAPACA S.A. una licencia de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile.

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 VALLES DE CHILE S.A. (*)

(Viña Leyda S.A.; VDCH S.A.; VL S.A.; Viña Urmeneta S.A.; Viña Urmeneta; V.U. S.A.; Viña Misiones de Rengo S.A.; VMR; Misiones de Rengo)

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.

Actividades

La adquisición y desarrollo de marcas comerciales y la explotación de las mismas a través del otorgamiento de licencias a su matriz (Viña San Pedro Tarapacá S.A.).

Capital Suscrito y Pagado (*):	M\$24.314.720
Porcentaje de Tenencia:	100%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	10,7646%

Directorio (**)

Presidente:

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

Directorio:

Juan Cury Cuneo
(Gerente Agrícola y de Abastecimiento Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Germán Del Río López

(Gerente de Administración y Finanzas Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Pedro Herane Aguado

(Gerente General, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Carlos López Dubusc

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

Gerente General:

Pedro Herane Aguado

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 2013

La Sociedad ha otorgado a VIÑA SAN PEDRO TARAPACA S.A. una licencia de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile.

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

(*) En Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 31 de mayo de 2013, cuya acta se redujo a escritura pública con esa misma fecha, se fusionó por absorción en Viña Valles de Chile S.A. las sociedades Viña Urmeneta S.A. y Viña Misiones de Rengo S.A., pasando Viña Valles de Chile S.A. a ser su continuadora y sucesora legal a partir del 1° de junio de 2013.

(**) Con fecha 3 de octubre de 2013 renunció a su cargo de director don Javier Iglesias Buchanan, no habiéndose designado remplaceante al 31 de diciembre de 2013.

Razón Social

VITIVINÍCOLA DEL MAIPO S.A.

(Videma 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:	1,2011%

Directorio

Presidente:

Pedro Herane Aguado
(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
(Vicepresidente Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Principales Actividades

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

Relaciones Comerciales con la Matriz durante 2013

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.

II.- Informe Sobre Subsidiarias en el Extranjero

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.

Actividades

Esta sociedad desarrolla actividades de elaboración, envasado, venta, promoción y comercialización de vinos argentinos bajo marcas propias para el mercado doméstico y exportaciones.

Capital Suscrito y Pagado M\$	965
Porcentaje de Tenencia	100%
Inversiones sobre activo de la Matriz	0%

Director y Presidente:

Alfredo Zavala Jurado

Principales Actividades

Elaboración y Comercialización de Vinos Finos bajo la marca "Altivo".

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.

Actividades

Esta sociedad desarrolla actividades de elaboración, envasado, venta, promoción y comercialización de vinos argentinos bajo marcas propias o por medio de contratos de licencia o distribución. Esta sociedad desarrolla el negocio de elaboración, embotellado y comercialización de vinos argentinos, para el mercado doméstico y exportaciones.

Capital Suscrito y Pagado:	M\$ 8.978.963
Porcentaje de Tenencia:	100%
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	2,1774%

Directorio

Presidente:

Sebastián Ríos Dempster

(Gerente General Finca La Celia S.A.)

Directores:

Federico Busso

(Vicepresidente)

Julio A. Pueyrredon

Suplentes:

Pedro Herane Aguado

(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

René Araneda Largo

(Vicepresidente 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" y "Bodega Tamarí", 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 Tamarí 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 legal. Al 31 de diciembre de 2013, la fusión se encuentra aprobada e inscrita respecto de FLC en la Inspección General de Justicia de la ciudad de Buenos Aires, y respecto de BT, inscrita en el Registro Público de Comercio de la provincia de Mendoza y en la Dirección de Personas Jurídicas de Mendoza. De esta forma la sociedad BT, ha dejado de existir para todo efecto legal, siendo su continuadora FLC.

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.

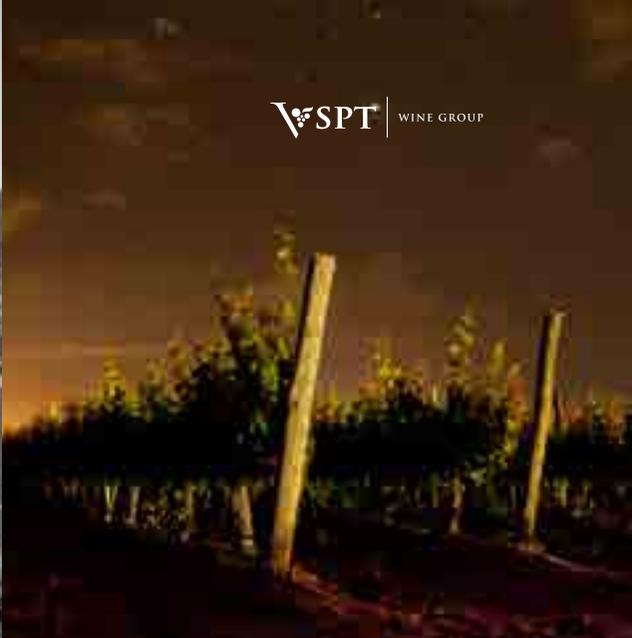
Capital Suscrito:	2 Libras esterlinas
Porcentaje de Tenencia:	100,0000 %
Inversiones sobre Activo de la Matriz:	0%

Directorio

René Araneda Largo

(Vicepresidente Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Hitos 2013



Viña San Pedro

En 2013 Viña San Pedro asume un importante desafío con la creación de una nueva unidad y su nueva imagen, Grandes Vinos de San Pedro, la que nace con el objetivo de producir, posicionar y distribuir vinos de alta gama. Un importante paso, en la construcción del segmento Ultra Premium de Viña San Pedro.

Junto a la creación de una nueva unidad de vinos Ultra Premium, la Viña continuó centrando sus fuerzas en la construcción de marcas estratégicas reconocidas mundialmente.

En Chile, Viña San Pedro mantuvo sus volúmenes de venta totales, y logró importantes crecimientos en sus marcas de mayor valor.

1865 Single Vineyard aumentó sus volúmenes de venta en un 10 %, con el apoyo de la nueva campaña en medios gráficos, "Precision in Winemaking". Por otra parte, Castillo de Molina, innovó en el mercado a través de la exitosa activación "Cell Parking", una guardería de teléfonos móviles instalada en restaurantes y eventos empresariales, que tuvo como objetivo principal desconectar a los usuarios, invitándolos a disfrutar el

presente sin interrupciones tecnológicas. La campaña permitió además, que la marca se llevara dos importantes reconocimientos en el mundo publicitario, un Primer Lugar en la categoría "Uso responsable y aplicaciones móviles" en el certamen de Fundación Qué Veo y una Medalla de Plata en ACHAP, en la Categoría Medios. Como resultado, esta reconocida marca aumentó sus volúmenes de venta en un 22%.

Gato Típico Chileno, por su parte, se consolida en el segmento de vinos masivos, con un crecimiento de 3% en sus volúmenes de venta, en circunstancias que la categoría cae en el país. En cuanto a salud de marca, Gato destaca en los estudios de Primera Preferencia realizados por Adimark, con un histórico primer lugar y un índice de 15,9 potenciado por los mensajes de su campaña "Típico chileno", que apelan al humor y las





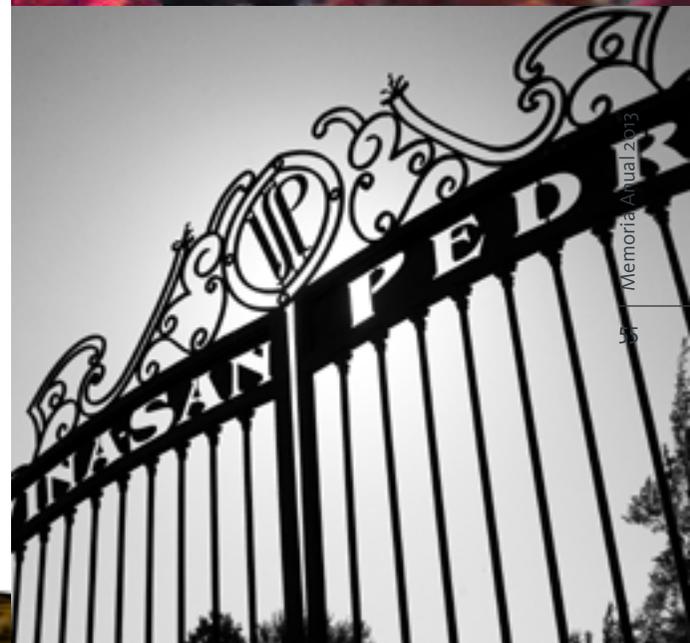
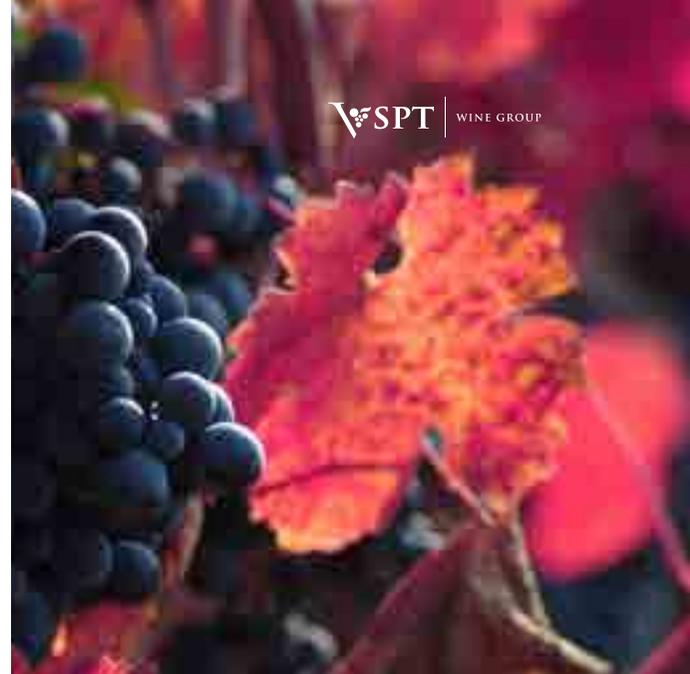
celebraciones nacionales. La campaña publicitaria en televisión, la hizo además merecedora de un Effie de Plata en la categoría más relevante del concurso “Éxito sostenido”.

En exportaciones, 1865 Single Vineyard debutó con su campaña “Precision in Winemaking” junto a un cinematográfico video oficial ligado al Golf. EPICA, la nueva marca juvenil de la viña que en 2012 se lanzó exclusivamente en Estados Unidos, inició en 2013 la apertura de nuevos mercados; Canadá y sus principales provincias, y Corea, donde llegó a las góndolas de importantes retailers.

GatoNegro por su parte, presentó un nuevo tagline, “Adored Everywere”, junto a su último comercial global “GatoNegro RIO”. La marca además innovó a través de

dos nuevas cepas, GatoNegro Semi Sweet Red y Semi Sweet White. Asimismo, bajo la misión de construir una marca global, se consolidó como la quinta marca de vino más popular en Facebook a nivel mundial, con más de 300,000 fans y un contundente “people talking about us” dentro de la red social.

En el plano de las distinciones enológicas, Viña San Pedro destacó con menciones a Tierras Moradas Carménere 2008 como Top Wine en la revista Wine Spectator, y Castillo de Molina Carmenera 2010, como Top Value. Además Castillo de Molina Sauvignon Blanc 2012, recibió un Best Buy en la publicación del mes de julio de Wine Enthusiast, y posteriormente en noviembre, fue incluido en el listado de los Top 100 Best Buy del 2013. 1865 Limited Edition Syrah 2009, destacó por su parte, con 4 Estrellas en la Revista Decanter del mes de Julio.



Viña Tarapacá

Un éxito fue el lanzamiento del nuevo integrante de la familia Gran Reserva en 2013. Luego de meses de preparación se escogió la ciudad de Rio de Janeiro, para presentar Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Azul, un vino de alta gama que enriqueció la línea, compuesta hoy por tres etiquetas.

Durante el año, la Viña fortaleció su portafolio Ultra Premium con el lanzamiento de un nuevo vino bajo su reconocida marca "Gran Reserva" en cuatro importantes mercados: Brasil, Estados Unidos, Chile y Suecia. Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Azul, un vino top de gama, vendido en su totalidad antes de ser lanzado oficialmente.

En Chile, Viña Tarapacá alcanzó exitosos resultados, aumentando sus ventas totales en un 7% y un 25%

en la línea Gran Reserva, aumento impulsado por el lanzamiento de Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Azul en el mercado doméstico. Esta marca, además destacó en los últimos estudios de Primera Preferencia de Vinos Premium hechos por Adimark, donde el 25% de los encuestados indicó a Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Azul como primera preferencia de compra.

En el mundo, el complejo escenario en mercados clave para la Viña, como Brasil, China e Hispanoamérica



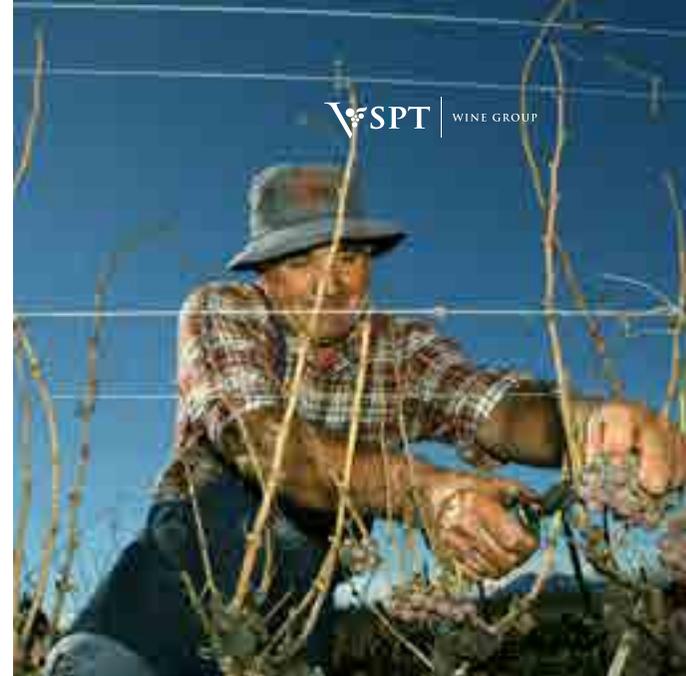
VIÑA TARAPACA

complicó el cierre de año en exportaciones, sin embargo, aumentan sus volúmenes de venta en Asia con un 21%, Reino Unido un 51% y Estados Unidos gracias a un exitoso acuerdo, que dio la bienvenida a un nuevo importador, cuyo foco se centrará en el desarrollo de la marca Gran Reserva y sus tres líneas.

En el ámbito enológico, Viña Tarapacá destacó en el concurso canadiense Wine Allign Wine Awards, como Campeón de la Categoría y Mejor Variedad, con Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Negra CS 2010 y con Gran

Reserva Carménère 2011 como el Preferido del Jurado. En Chile, Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Azul obtuvo 90 Puntos en Guía Descorchados, la principal guía de vinos del país, elaborada por el crítico y especialista, Patricio Tapia.

Es importante destacar el rol protagónico de la Viña en el plano enoturístico del grupo. Durante el período, Viña Tarapacá fue la más visitada del año, recibiendo además a importantes personalidades, entre ellas, la del Primer Ministro de Finlandia.



Viña Santa Helena

Santa Helena comienza el año con un nuevo liderazgo enológico, y +100 Parras Viejas 2011, obtiene 93 Puntos en Guía Descorchados 2014.

Fue un año de cambios y reestructuraciones para Viña Santa Helena. Maite Hojas asume definitivamente como enóloga jefe de todas las líneas de vino del portafolio, luego de la gran experiencia ganada en la viña.

Durante el 2013, fue profundizado el posicionamiento enológico de la viña. Como resultado, el foco estará puesto en el desarrollo de vinos que sean representantes de la diversidad climática y geográfica del Valle de Colchagua. Se suma a este posicionamiento el reciente descubrimiento de la zona costera de Paredones, que ya comenzó a dar excelentes resultados enológicos.

En el ámbito comercial internacional, Viña Santa Helena tuvo que manejar un complejo escenario de

desaceleración en los principales mercados donde la Viña ha sido líder histórico, los que provocaron que sus volúmenes totales de venta cayeran un 6%. Dificultades en mercados como Brasil y algunos de Hispanoamérica, fueron en parte compensadas con crecimientos en México y Canadá, donde la Viña aumentó sus volúmenes un 65% en relación al periodo anterior. En tanto, en Chile, Santa Helena Reserva crece un 24% en volumen.

El 2013 fue sin duda un año histórico a nivel enológico para Viña Santa Helena, donde fue merecedora de destacados reconocimientos nacionales e internacionales. Sobresalen los 93 Puntos obtenidos por +100 Parras Viejas 2011 en Descorchados 2014, y los 92 Puntos para la cosecha 2010 en la edición de febrero de Wine & Spirits Magazine.





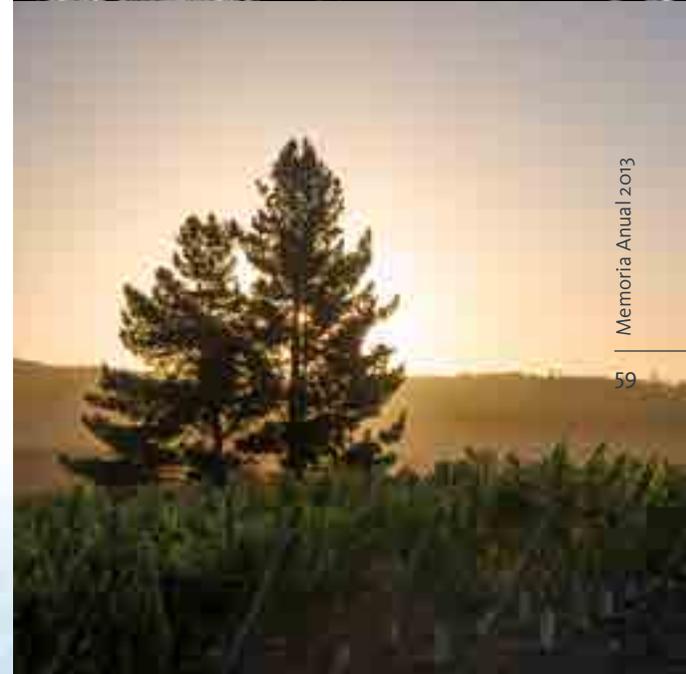
Sin duda los cinco Best Buy para Selección del Directorio Sauvignon Blanc 2011 y 2012, Chardonnay 2011, Carménère 2011 y Cabernet Sauvignon 2011 en Wine Enthusiast, permitieron reforzar las credenciales de calidad de esta línea de vinos, las que se suman a las dos Medallas de Oro en Selections Mondiales des Vins Canadá, para el Pinot Noir 2011 y el Cabernet Sauvignon 2011.

Vernus Sauvignon Blanc 2013 de Paredones, destacó en Descorchados 2014 con sobresalientes 93 Puntos y Vernus Cabernet Sauvignon 2011 lo hizo con 90.

En el ámbito operacional, y con la finalidad de lograr mayores sinergias en la vinificación de los vinos, Santa

Helena inició a fines de 2013, el traslado de la bodega enológica a Molina y Patacón, donde el Grupo San Pedro Tarapacá concentra gran parte de sus operaciones vitivinícolas. A partir de 2014, en San Fernando permanecerán solo los viñedos centenarios y oficinas administrativas de la Viña.

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 2013 incluyeron visitas recreacionales dentro de otras iniciativas.



Viña Misiones de Rengo

Consolidó en 2013 su liderazgo en Chile en la venta de botellas finas, y lanzó la campaña “Creo, Tu Lado Divino”, con un spot publicitario que se transmitió en TV Abierta, Cable y por primera vez, en Salas de Cine.

El 2013 presentó dos escenarios opuestos para Misiones de Rengo. Por un lado consolidó su posición en Chile liderando un año más las ventas de botellas finas, con un destacado aumento en volúmenes de venta de un 28%, en tanto en exportaciones no logró avances, particularmente por la pérdida de volúmenes en importantes mercados latinoamericanos.

En Chile, la viña mantiene su liderazgo junto a una saludable y reconocida imagen de marca. Durante este año, su campaña publicitaria estuvo centrada en un potente spot transmitido en TV Abierta, Cable y por





primera vez en salas de Cine, "Creo, Tu Lado Divino". El mensaje contenido en la nueva campaña de Misiones de Rengo, fue una invitación a descubrir el lado divino de las cosas, con un estilo positivo y alegre. El objetivo, fue realzar el posicionamiento de la marca y destacar sus atributos de vino cotidiano, contemporáneo y de calidad, apelando al sentimiento de que cuando hay pasión, lo humano se vuelve divino.

Durante este periodo, Misiones de Rengo alcanzó una participación de mercado en el segmento de vinos finos de 14,4%, quedando como líder absoluto de la categoría, con un aumento de 2,5% respecto al periodo anterior.

En el ámbito de las exportaciones, como mencionamos inicialmente, Misiones de Rengo retrocedió en sus volúmenes totales, especialmente por la caída de las ventas en mercados donde en 2012, había tenido un gran éxito. Sin embargo, obtuvo importantes avances en Asia y Europa del Este, donde creció un 38% y 13% respectivamente, en sus volúmenes de venta.

Respecto a las distinciones enológicas recibidas en 2013, destacó con 90 Puntos en Guía Descorchados 2014, con Gran Reserva Cuveé Cabernet Sauvignon 2012, y con un notable Best Buy para Misiones de Rengo Reserva Carmenera 2011 en la revista Wine Enthusiast.



Viña Leyda



Leyda continúa fortaleciendo su reputación internacional con importantes menciones y reconocimientos enológicos. Inició el 2013 con una portada en la revista inglesa Decanter y cerró con un Best in Category en los Annual Wines of Chile Awards (Awoca), con Lot 4 2013 como “El mejor Sauvignon Blanc de Chile”.

Leyda, viña líder en la elaboración de vinos premium de clima frío costero de Chile, destacó durante el 2013 nuevamente con el mayor número de menciones destacadas a nivel enológico de VSPT.

En el mercado doméstico, si bien los volúmenes siguen siendo pequeños, en 2013 la marca se ha extendido más allá del mundo especializado, logrando un aumento en sus ventas de un 15% en relación al periodo anterior. El desafío continuará puesto en crecer -fundamentalmente- con la línea de vinos Single Vineyard, y sus cepas con denominación de origen Valle de Leyda.

En el ámbito de las exportaciones, Viña Leyda enfrentó complejos escenarios en importantes mercados, como los son Estados Unidos, Brasil y Reino Unido, afectando el crecimiento de sus volúmenes totales. Complementariamente, obtuvo una importante expansión en China, donde creció un 121% en volumen y un 4% en precio, lo que sin duda apoyó el cierre de año para la Viña.

En términos enológicos, la sólida reputación de Viña Leyda tanto en Chile, como en el extranjero, la llevó a ser destacada en la portada de la revista inglesa Decanter, donde el crítico inglés, Peter Richards (MW), situó a Leyda como una de las pioneras en Chile y a Leyda Reserva Syrah 2010, como un adictivo Great Value con 96 puntos.

En tanto en la tercera edición del estudio realizado por Drinks International, Leyda fue distinguida entre las marcas de vino más admiradas del mundo, ocupando la 3ª posición en Sudamérica. A nivel global, ocupó la posición #28, por delante de famosas bodegas de Francia y Estados Unidos.

Los reconocimientos del 2013, reafirmaron al Valle de Leyda como una de las principales regiones vitivinícolas de Chile, con tres menciones en Decanter, 92 Puntos para Lot 21 Pinot Noir 2011, 91 Puntos para Garuma Single Vineyard Sauvignon Blanc 2012, y 90 Puntos para Leyda Reserva Pinot Noir 2012. En tanto, en Wine Advocate, Leyda recibió cinco menciones durante 2013, 92 Puntos para Canelo Single Vineyard Syrah 2010, Fallaris Hill Single Vineyard Chardonnay 2011 y para Lot 21 Pinot Noir 2011, en tanto Cahuil Single Vineyard Pinot Noir 2011, obtuvo 91 Puntos y Leyda Reserva Syrah 2010, 90 Puntos.

Asimismo, Leyda destacó como uno de los productores estrella en el último reporte personal de Peter Richards -Wine Brief 2013- donde mencionó a Viña Leyda entre los Top 10 Productores de Chile, Best Value y a su joven enóloga, entre los 10 Enólogos Estrella de Chile. Los reconocimientos personales para Viviana Navarrete, la pusieron en 2013 entre las 100 Mujeres Líderes de Chile, entre los 50 Jóvenes Líderes y entre las 10 Mujeres chilenas más destacadas de la generación de los 30, en distintas publicaciones hechas por el diario El Mercurio.



Viñamar



El año 2013 estuvo marcado por dos reconocimientos enológicos muy importantes para las credenciales enológicas de los espumantes Viñamar: Medalla de Oro para el Rosé y Medalla de Plata para el Extra Brut en el Concourse Mondial Bruxelles Chile.

El foco de Viñamar continuó durante el año 2013 puesto en la elaboración de espumantes Premium. Las acciones realizadas en el año, le permitieron consolidarse en el mercado chileno con un aumento de las ventas totales de 33%.

En 2013, la Viña innovó con dos nuevos productos, una edición limitada del espumante Viñamar Rosé con una inusual etiqueta alegre y colorida. Y además, con el desarrollo de Viñamar Rosé en formato de media botella, complementando así, el portafolio de la familia de vinos espumosos.

Durante el segundo semestre de 2013, Viñamar lanzó una llamativa campaña en medios masivos, donde el objetivo principal fue aumentar la recordación de marca,

mediante los atributos de sofisticación y estilo en momentos cotidianos. El protagonista de las gráficas, luego de una profunda investigación de marcas internacionales de espumantes, moda y perfumería, fue el producto. De manera complementaria, Viñamar tuvo una fuerte presencia en eventos gastronómicos y de tendencia de alto nivel.

Como resultado de su campaña, Viñamar creció un 32% en el último estudio de Primera Preferencia realizado por Adimark, posicionándose con fuerza en el segmento de espumantes finos, esto es, vinos espumosos sobre los tres mil pesos retail.

En el ámbito de los reconocimientos enológicos, el gran hito del año fueron las Medallas de Oro y Plata obtenidas por Viñamar Rosé y Viñamar Extra Brut en el Concurso Mundial Bruselas Chile.

En el plano turístico y gastronómico, cabe destacar que durante el año, Viñamar recibió más de 11 mil visitantes en su bodega ubicada en Casablanca, siendo principalmente turistas de Brasil, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y Asia. Otro hito del año, estuvo marcado por la visita de importantes autoridades, como la del Presidente de la República, Sebastian Piñera, junto al entonces Ministro de Economía, para presentar el Plan de Gobierno en Turismo. Además, Viñamar, recibió la visita del Cuerpo Diplomático residente en Chile, en compañía del Canciller Alfredo Moreno, luego del discurso presidencial del 21 de Mayo.



VSPT Argentina

Un positivo cierre de año tuvo VSPT Argentina, donde las reestructuraciones a nivel comercial y marketing, sumada a la reducción de gastos y costos operacionales, permitieron que la filial finalizara el 2013 con un gran avance en sus resultados.





El 2013 fue un año para cosechar logros en nuestra filial argentina. Junto a una planificada reestructuración de marcas, se introduce comunicacionalmente VSPT Argentina, como imagen aglutinadora de: La Celia, La Consulta y Tamarí.

La Celia finalizó con éxito el rediseño del portafolio de marcas, con una renovada historia basada en la tradición y herencia de la familia de Eugenio Bustos en el Valle de Uco. Esto significó agregar en las etiquetas "Since 1890", rescatando así el valor histórico de la Viña. Durante 2013, se introdujo una nueva etiqueta para La Celia Elite y se definió una nueva línea Reserva, con La Celia Pioneer Reserva. Todos estos cambios incluyeron además renovación enológica en los vinos, y como resultado, La Celia llegó al mercado con un producto completamente renovado.

En el caso de La Consulta –que anteriormente era una marca del portafolio de Finca La Celia- se definió que fuera una marca por sí sola. Para ello se realizó un cambio radical, rescatando el valor de la marca La Consulta, una importante Denominación de Origen del Valle de Uco. Su packaging también se rediseñó con el objetivo de resaltar su historia.

En Bodega Tamarí se reforzó el concepto que dio origen a esta marca disruptiva, cargada de contenido artístico, que en sus orígenes nació como una bodega innovadora

bajo la misión de crecer en Estados Unidos. El 2013 se agregó el concepto "Be Passionate" asociado a la "pasión argentina".

A nivel enológico, VSPT Argentina consiguió excelentes resultados, La Celia Elite Malbec 2011, obtuvo 93 Puntos en la revista Decanter y Tamarí con AR Malbec 2011 obtuvo 91 Puntos en la misma publicación. Asimismo, obtuvieron destacados "Puntos Parker" con La Celia Heritage Malbec 2008, vino Ultra Premium, que consiguió 93 Puntos en Wine Advocate y La Celia Elite Malbec 2009, con 90 Puntos.

En Guía Descorchados Argentina 2014, elaborada por el crítico chileno Patricio Tapia, La Celia Heritage 2011 obtuvo 90 Puntos; La Celia Elite 2011, 93 Puntos; y Tamarí Ar Malbec 2012, 93 Puntos.

En el ámbito de la sustentabilidad, VSPT Argentina siguió dando pasos sólidos y concretos con la recertificación de sus vinos Fairtrade y la certificación de sus operaciones bajo Sistema Integrado de Gestión (SIG).

En el plano enoturístico, la histórica y tradicional bodega de La Celia, fue declarada patrimonio Histórico Cultural y Enoturístico, lo que la convirtió en la única dentro del Valle de Uco, en alcanzar el reconocimiento de "Bodega Histórica".



Ferias y Eventos



Durante el 2013, VSPT participó en distintas ferias y eventos nacionales e internacionales, donde tuvo la oportunidad de dar a conocer la calidad de sus vinos tanto en el ámbito de los negocios como ante el consumidor final.

A nivel nacional, VSPT participó activamente durante todo el año en los distintos eventos organizados por Vinos de Chile, entre ellos, las Noches del Vino en Temuco, Puerto Varas, Antofagasta y Valparaíso, además de la emblemática Gala del Vino en Casas de Lo Matta y de la Feria de Vinos de Chile en el Hotel Plaza San Francisco, que en su XIX versión, reunió 120 stands, que expusieron sus más recientes cosechas en un entorno cultural y artístico, inspirado en Isla de Pascua.

Los espumantes de Viñamar tuvieron su agenda propia, y con su sofisticado stand itineraron por Mercado Paula, Jardínera, Chicureo Bazar y Navidad Paula, todos eventos donde el consumidor degustó e interactuó directamente con la marca. Mención aparte merece la Navidad organizada por Viñamar junto a los amigos de la marca, quienes se reunieron en la Galería de Arte de Isabel Aninat, para disfrutar una íntima y mística jornada de celebración.

En cuanto a los lanzamientos, en 2013, destacó la presentación en Chile de Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Azul, el top de gama de la aplaudida línea conformada por Etiqueta Blanca y Etiqueta Negra, vinos nobles, elegantes y de alta calidad. El encuentro se realizó en la histórica casona de Viña Tarapacá ubicada en Isla de Maipo; y los invitados, en honor al nuevo vino, lucieron prendas a tono con el nuevo integrante; humita azul los hombres y un delicado pañuelo del mismo color, las mujeres.

Además, durante el año 2013 el Grupo participó en diversas ferias y eventos, como Casacor y la Cena Anual de la Sofofa.

A nivel internacional VSPT también participó en importantes ferias. Destaca Prowein, tercer recinto ferial más importante de Alemania realizada en la ciudad de Düsseldorf, donde VSPT Wine Group participó con un llamativo stand donde recibió a clientes y periodistas de diversos países de Europa. Esta feria, cada año cuenta con más visitantes y se ha transformado en una de las más relevantes del Continente.

Durante el mes de junio, destacó la participación de VSPT en la 17ª edición de Vinexpo que este año se realizó en la ciudad de Bordeaux, Francia. El Grupo contó con un stand compuesto por las viñas San Pedro, Tarapacá, Santa Helena, Misiones de Rengo y Leyda; así como las bodegas argentinas La Celia y Tamarí.

Por último, durante el período VSPT estuvo presente en The Beautiful South Tasting 2013, en Londres -evento co-organizado por Wines of Chile, Wines of Argentina y Wines of South Africa- donde más de 300 bodegas se presentaron frente a la industria, con el objetivo de mostrar vinos de excelencia, provenientes de estos tres países, resaltando sus diferencias y similitudes.

Informe de Sustentabilidad

El compromiso de larga data, con una producción más sustentable de vinos y una mayor preocupación por sus comunidades y su entorno, ha motivado a VSPT a continuar construyendo y fortaleciendo su Programa 360° Sustentable, el cual se encarna en forma particular en cada una de las viñas que componen al Grupo San Pedro Tarapacá.





El compromiso de larga data, con una producción más sustentable de vinos y una mayor preocupación por sus comunidades y su entorno, ha motivado a VSPT a continuar construyendo y fortaleciendo su Programa 360° Sustentable, el cual se encarna en forma particular en cada una de las viñas que componen al Grupo San Pedro Tarapacá.

El año 2013 fue un año de grandes avances. Dentro del Programa 360° Sustentable, VSPT consolidó sus áreas de acción bajo 4 pilares:

- 1. MEDIOAMBIENTE**
- 2. MEDICIÓN Y GESTIÓN DEL AGUA**
- 3. COMPROMISO SOCIAL Y BIENESTAR**
- 4. CALIDAD**

Uno de los hitos más importantes en este sentido, fue haber sido el grupo vitivinícola pionero en certificar a todas sus viñas en Chile, bajo el Código Nacional de Sustentabilidad (CNS) desarrollado por Vinos de Chile, en sus tres áreas: Verde, referente al viñedo; Rojo, a bodegas; y Naranja, al área social.

1. MEDIOAMBIENTE

Prácticas amigables con el entorno, proyectos ambientales y de eficiencia energética son algunas de las áreas en que se continuó trabajando e invirtiendo durante el 2013.

En el ámbito de la eficiencia energética VSPT continuó implementando distintos proyectos para disminuir el consumo de energía eléctrica y térmica. En Molina, se realizó la aislación de la red de agua caliente para disminuir pérdidas de energía, se invirtió en un equipo de frío más eficiente, y se cambió el sistema de iluminación por LED en la bodega de barricas y patio. En tanto, en Lontué se realizó aislación del Piping inoxidable, entre otros proyectos.

Asimismo, se adoptaron numerosas iniciativas con el objetivo de reducir las emisiones de CO₂ al ambiente, se inició un plan de renovación del parque de maquinaria agrícola, optando por modelos multifuncionales, más eficientes en términos energéticos.

Por otro lado, la cosecha de uva en tinas cosecheras, en lugar de bins, permitió disminuir el número de traslados de los tractores al interior de los viñedos. En tanto, durante la vendimia, se reutilizaron los desechos orgánicos originados del proceso, los que fueron aprovechados en forma de compost en las plantaciones.





Todas estas iniciativas iniciadas luego de la primera medición de la huella de carbono en 2010, han permitido una reducción acumulada de 4,8% de CO₂ por cada botella de vino producido (alcance 1 y 2), al 2013.

Dando un paso más allá en la extensión de este compromiso 360° Sustentable, el Grupo San Pedro Tarapacá 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.

Cumpliendo con uno de los objetivos del PDP, durante el año se certificaron 14 viñedos de proveedores en el Código Nacional de Sustentabilidad de Vinos de Chile, gracias a talleres y cursos ofrecidos por VSPT. Asimismo, se realizaron actividades de apoyo a los proveedores, para facilitar la evaluación de desempeño de sus trabajadores, manuales de prevención de riesgo para los campos, talleres de normativa laboral, y talleres de liderazgo para jefaturas (coaching), entre otros.

Por otra parte, desde el 2006, el Grupo mantiene un porcentaje de viñedos bajo manejo orgánico certificado por IMO Chile, los que actualmente alcanzan un total de XX hectáreas cultivadas.

Más detalles de las acciones e iniciativas en sustentabilidad medioambiental realizadas el año 2013, serán informados en los Reportes bianuales de Sostenibilidad elaborados bajo la metodología Global Reporting Initiative (GRI).

La iniciativa GRI, emanada de la Organización de Naciones Unidas (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 de un desarrollo sostenible en los ámbitos económicos, social y ambiental.

2. MEDICIÓN Y GESTIÓN DEL AGUA

Durante el transcurso del año, VSPT continuó implementando iniciativas para mejorar sus indicadores de gestión de agua.

En el área agrícola, además de la ya nombrada certificación bajo el Código Nacional de Sustentabilidad, que respalda todas las prácticas de manejo sustentable en el viñedo, se continuó trabajando en nuevas formas de riego que permiten un ahorro considerable de agua y energía.

Desde el 2006 además, VSPT ha desarrollado e implementado importantes programas de uso racional del agua en todas sus plantas. Gracias a éstos, el consumo de agua en sus bodegas ha disminuido en un 20 % en los últimos 4 años, obteniendo un destacable índice de 2,14 litros de agua por litro de vino producido.

3. COMPROMISO SOCIAL Y BIENESTAR

La formación y desarrollo de colaboradores, la calidad de vida, como también el trabajo con las comunidades, son primera prioridad en materia de responsabilidad social.

A fines de 2012, el Grupo adhirió voluntariamente al Código de Conducta BSCI (Business Social Compliance Initiative), un código de ética laboral impulsado por los monopolios escandinavos de alcohol, que respalda las buenas prácticas sociales dentro de las empresas. VSPT elaboró y publicó internamente su Política de Responsabilidad Social y tras informarlo a sus clientes, fue auditado en marzo de 2013, en tres bodegas del Grupo (Molina, Isla de Maipo y San Fernando). Destaca el hecho de que VSPT haya sido unas de las primeras empresas en Chile, en superar la auditoría sin observaciones.

Todo el trabajo realizado en este sentido, llevó a que la prestigiosa revista inglesa The Drinks Business, nominara al Grupo VSPT en los Green Awards 2013, como finalista en la categoría "Empresa Más Ética del Año", galardón que se otorga a la compañía cuyos fundamentos de trabajo se basan en la comunidad circundante y/o el medio ambiente donde está inserta.

Los aspectos que han favorecido esta nominación se deben, entre otros, a cinco aspectos claves desarrollados por la Compañía: Capacitación y Desarrollo Personal, Calidad de Vida, Sindicalización, Clima Laboral, y Prevención de Riesgo.

Capacitación y Desarrollo Personal

La gestión del talento, es uno de los aspectos clave para lograr el desarrollo organizacional de VSPT, tarea que se vio reflejada en el programa de capacitaciones realizadas durante este año. En este sentido, con el objetivo de fomentar el desarrollo personal y profesional de los colaboradores, tanto en habilidades técnicas como interpersonales, durante el periodo se realizaron distintos talleres, cursos y programas.

El Grupo cuenta con centros de capacitación totalmente equipados, en cada una de las instalaciones productivas, lo que permite capacitar a equipos de trabajo sin que éstos tengan que desplazarse a otras localidades. Esto es de gran importancia, principalmente en las actividades que se orientan a lograr una cultura de manufactura de clase mundial, como es el programa de Optimización de la Cadena de Abastecimiento (OCA).

A modo consolidado, destaca la inversión total de MM\$ 148,3, realizada tanto en capacitaciones directas como en aportes a la OTIC, Chilevinos, inversión orientada principalmente al logro de los objetivos estratégicos del plan organizacional, y a mejorar el desempeño de los colaboradores de VSPT.

En total, durante el 2013, se ejecutaron 122 actividades de capacitación, abarcando a un total de 519 colaboradores de distintas áreas de la compañía, con una inversión total de 34.223 horas cronológicas de capacitación, tal como se detalla en el siguiente cuadro:

FAMILIA DE PUESTO	PARTICIPANTES	HORAS
Gerentes	1	8
Ejecutivos	7	870
Profesionales y Técnicos	82	6.895
Empleados	81	4.383
Operarios	348	22.067
Total	519	34.223

A nivel técnico, se continuó con la realización del programa "Operación y Mantenimiento Industrial para la Industria Vitivinícola", para las áreas de operaciones y enología, donde los colaboradores asistentes, pudieron adquirir nuevos conocimientos de electricidad industrial, mecánica, neumática y mantenimiento industrial. Cabe señalar que durante este año, producto de este programa, se certificaron con el grado de "Operadores Mantenedores" 12 personas de la bodega de Lontué y 34 de la bodega de Isla de Maipo.

Por otra parte, con el objetivo de que los colaboradores tengan una formación integral y se fomente su desarrollo personal, VSPT continuó con la realización del Programa de Nivelación de Estudios. Este programa incentiva a aquellas personas que, por distintas circunstancias no han podido terminar su ciclo de Educación Media.

Asimismo, durante el 2013 se entregaron, por primera vez, tres becas para estudios técnicos y dos profesionales, para trabajadores de VSPT. Además se realizaron cursos de inglés y Excel, en niveles básico, intermedio y avanzado.

Cabe destacar que, en junio de 2013, VSPT fue nuevamente reconocido por INACAP por la contribución al desarrollo de las competencias y crecimiento laboral de sus trabajadores.

Calidad de Vida

Con el fin de compatibilizar de mejor manera la vida familiar con la vida laboral, el Grupo continuó trabajando en mejorar la calidad de vida de sus colaboradores.

En este contexto durante el año 2013, fomentando el ámbito familiar de los trabajadores, en Casa Matriz se realizaron preventa de entradas para eventos infantiles en vacaciones de invierno y verano, permitiendo a los colaboradores participar de panoramas en familia. Asimismo, se mantuvieron los beneficios para las madres con hijos menores de 12 años, tales como, dos días adicionales de vacaciones en invierno y reducción de la jornada de trabajo los días viernes.

Por otro lado, por primer año, con el fin de incentivar a sus trabajadores y familias en el ámbito educacional, VSPT realizó la entrega de estímulos escolares, donde se reconoció el buen desempeño de colaboradores en educación superior, y también a hijos con promedio de notas destacados. Y, por segundo año, se dio curso al Programa VSPT Educa, que tiene como objetivo apoyar a los colaboradores en el desafío de estudiar una carrera profesional.

Asimismo, con el objetivo de promover la vida sana y el deporte, se realizó una nueva versión de la “Copa Cabernet”, donde participaron colaboradores de distintas instalaciones en mini campeonatos de fútbol, programados entre los meses de octubre y diciembre, fomentando así la vida saludable y la participación entre áreas.

Por otra parte, en 2013, se organizó por primera vez, la entrega de reconocimientos de antigüedad en Isla de Maipo, como una forma de destacar el compromiso y dedicación de colaboradores que llevan más años en la compañía.

Sindicalización

Como parte de su política interna, Viña San Pedro Tarapacá busca mantener buenas relaciones permanentes

con todas las organizaciones sindicales que la conforman, basándose principalmente en la confianza y colaboración mutua. Esto se tradujo en reuniones mensuales con los dirigentes sindicales y por sobre todo, en respuestas oportunas a las inquietudes de sus trabajadores.

Durante el año 2013 se materializaron exitosamente dos negociaciones colectivas con organizaciones sindicales de la Sociedad. En los meses de septiembre y octubre, éstas culminaron en buen término con los Sindicatos Viña Tarapacá y Sindicato Viña San Pedro Lontué, organizaciones que representan a los colaboradores de los centros de trabajo de Isla de Maipo, Molina y Lontué, respectivamente, pertenecientes –en su mayoría– a las áreas industriales de las plantas.

Clima Laboral

Durante el mes de septiembre, se realizó la XII versión de la Encuesta Anual de Clima Organizacional, a todos los colaboradores que conforman el Grupo San Pedro Tarapacá. Esta encuesta, voluntaria, anónima y confidencial, entregó como indicador global un 73% de satisfacción, resultado 4% superior en relación al año anterior.

El objetivo principal de esta encuesta, es que los colaboradores manifiesten su nivel de satisfacción en relación a sus equipos de trabajo y a la organización en general. Como resultado de ello, se definen posteriormente los planes de acción y se identifican prácticas efectivas, que contribuyan a generar un mejor clima laboral en la empresa.

Prevención de Riesgos

Al finalizar el año 2013, no se registraron eventos graves en ninguna de las instalaciones del Grupo, y cabe destacar, que los indicadores se mantuvieron por debajo de la media nacional. Sin embargo, la masa laboral aumentó en un 1,6%, lo que se tradujo en que la Tasa de Accidentabilidad aumentara un 3,14%. La cantidad de accidentes aumentó en un 10%, registrándose un total de 55 accidentes durante el año.

En tanto, la Tasa de Siniestralidad, esto es, eventos que generaron días de licencia en nuestros colaboradores, disminuyó en 10,3% alcanzando un 54,5%. Esta tasa, ha sido alta principalmente por cinco casos específicos, que han generado la mayor cantidad de días no trabajados.

4. CALIDAD

Certificaciones

Con el objetivo de establecer procesos eficientes y amigables con el medioambiente, y de ofrecer máxima calidad en sus productos, VSPT cuenta con las siguientes certificaciones en calidad, gestión ambiental y salud, y seguridad ocupacional.

Viña San Pedro, cuenta con un Sistema Integrado de Gestión (SIG) –certificado desde noviembre de 2004 por Bureau Veritas Certification– que comprende las normas ISO 9.001 Gestión de Calidad, ISO 14.001 Gestión Ambiental y OHSAS 18.001 Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, el cual fue recertificado durante el 2013, por los próximos 3 años, en su Planta de Molina. San Pedro se encuentra también certificado en ISO 22.000 Gestión de Inocuidad Alimentaria, desde 2009, cumpliendo con todas las auditorías de seguimiento para la Bodega de Molina, la cual registró una vigilancia durante el año 2013. Asimismo, cuenta con la certificación de las Normas para Productos Alimentarios BRC (British Retail Consortium), en Nivel A.

En tanto en Lontué, durante el 2013, obtuvo la certificación de su Sistema Integrado de Gestión (SIG) completo, que comprende las normas de Gestión de Inocuidad Alimentaria (HAACP Codex Alimentarius), Gestión de Inocuidad Alimentaria (ISO 22.000: 2005), Gestión Ambiental (ISO 14.001) y Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional (ISO 18.001). El alcance cubierto es por la “Elaboración de Vinos y Coolers, desde la recepción de los insumos y materias primas, hasta el despacho de productos en botellas, cartones y granel”.

Por su parte, Santa Helena cuenta con certificación SIG, certificado desde el año 2006, que comprende HACCP, las normas ISO 9.001 Gestión de Calidad, ISO 14.001 Gestión Ambiental y OHSAS 18.001 Gestión de Salud

y Seguridad Ocupacional, en sus instalaciones de San Fernando.

En tanto Viña Tarapacá, tiene establecido un sistema de Gestión Medioambiental que fue 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. Durante el 2013, Isla de Maipo, registró una vigilancia para esta norma. Viña Tarapacá también tiene certificada su bodega en BRC, en Nivel A, la que incluye la certificación HACCP. En el transcurso del año 2013, Isla de Maipo registró además una vigilancia en la Norma OHSAS 18.001 (versión 2007), la cual había sido certificada el año anterior.

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

Por otro lado, en noviembre de 2013, VSPT Argentina concluyó exitosamente la recertificación de su Sistema

Integrado de Gestión (SIG), el cual inició su certificación el año 2004. En esta oportunidad, se recertificaron las normas ISO 22.000 e ISO 14.001, y se trabajó en el mantenimiento de las ISO 9.001 y OHSAS 18.001.

Cabe destacar además, que durante octubre de 2013, se llevó a cabo la auditoría de recertificación del estándar Comercio Justo (Fairtrade), para trabajo contratado en la sede de VSPT Argentina. La certificación abarca todos aquellos vinos de VSPT Argentina que hayan sido elaborados con uvas propias, es decir, provenientes del viñedo propio ubicado en el Valle de Uco. Los pilares de este estándar, son las condiciones laborales de los empleados, el cuidado del medio ambiente, y el aporte a proyectos de desarrollo social, a través de la gestión de una prima que ingresa por la venta de los vinos que se comercializan desde hace tres años.

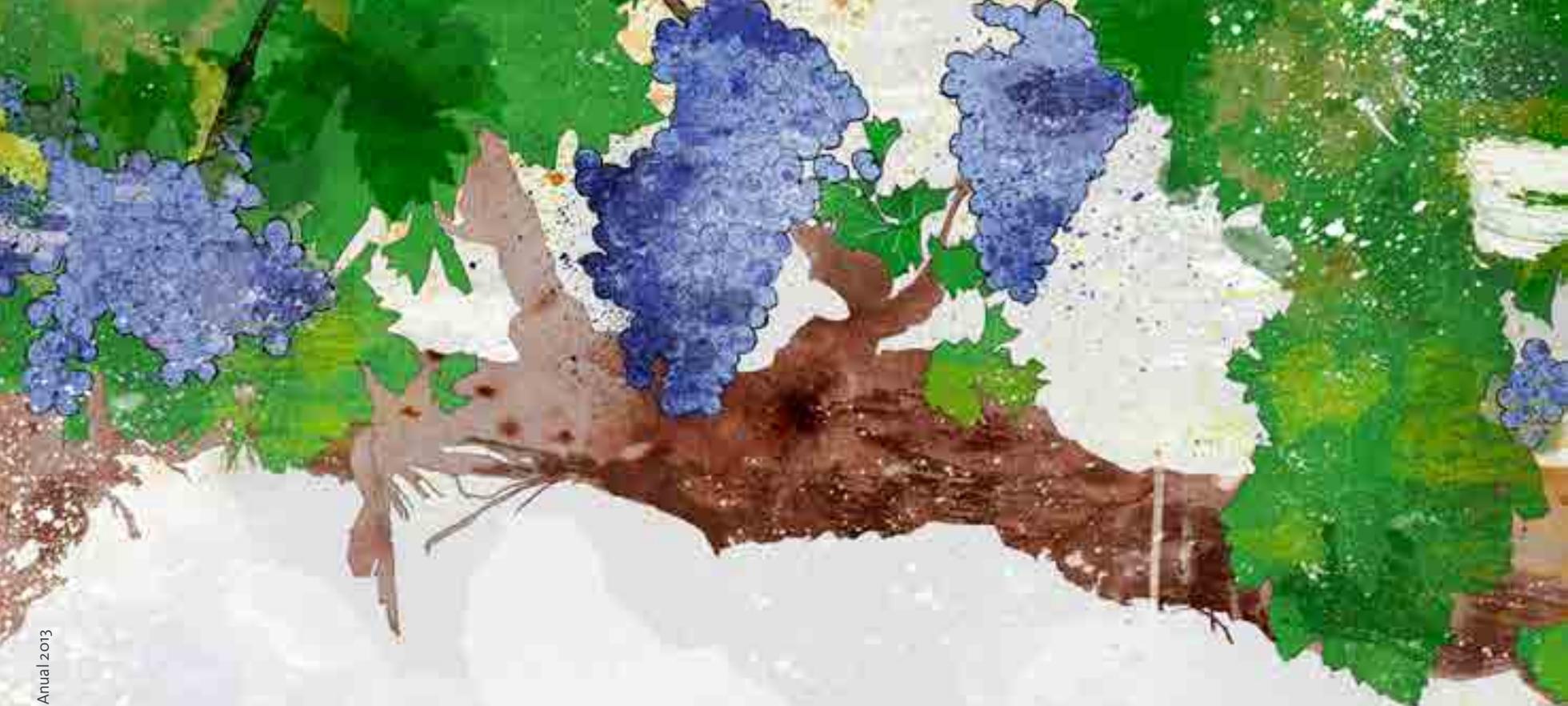
OCA

Durante el año 2013, las Bodegas del Grupo VSPT continuaron implementando esta filosofía de excelencia operacional. Es así como en todas las plantas del Grupo se trabajó con fuerza en las diferentes etapas de implementación del programa.

Bodega Molina inició la Etapa 3, implementado la práctica de mantenimiento autónomo en todas sus líneas de envasado, de esta manera logró una mayor confiabilidad en los equipos de trabajo. Además, se iniciaron proyectos de mejora, que finalizaron con ahorros de más de 24 horas mensuales, en tiempos improductivos. Estos hitos, entre otros, lograron aumentar la producción en un 7% más que el periodo anterior.

En Lontué, se trabajó en la consolidación de la Etapa 2 de madurez OCA, lo cual implicó fortalecer principalmente el trabajo en equipo, para lograr que las reuniones fueran más productivas y se lograrán mejores resultados.

Isla de Maipo, por su parte, inició la Etapa 2 de madurez OCA, con los equipos de producción del área de envasado.



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 2013, declaran bajo juramento que el contenido de ella es veraz conforme a la información que han tenido en su poder.



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° 30, cuyas firmas constan en los ejemplares que se encuentran en poder de la Sociedad.

