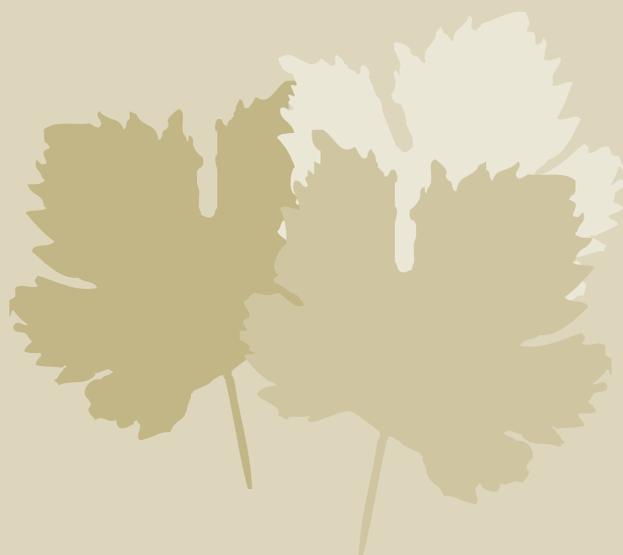


**REPORTE DE
SUSTENTABILIDAD
2012**



CONCHA Y TORO

2.1

Viña Concha y Toro S.A.

2.4

R.U.T.: 90.227.000 – 0

Oficina Central: Avda. Nueva Tajamar 481, Torre Norte, Piso N° 15.

Las Condes, Santiago, Chile.

Teléfono: (56-2) 2476 5000

Fax: (56-2) 2203 6733

Casilla de Correos: 213, Correo Central, Santiago.

Página Web: www.conchaytoro.com

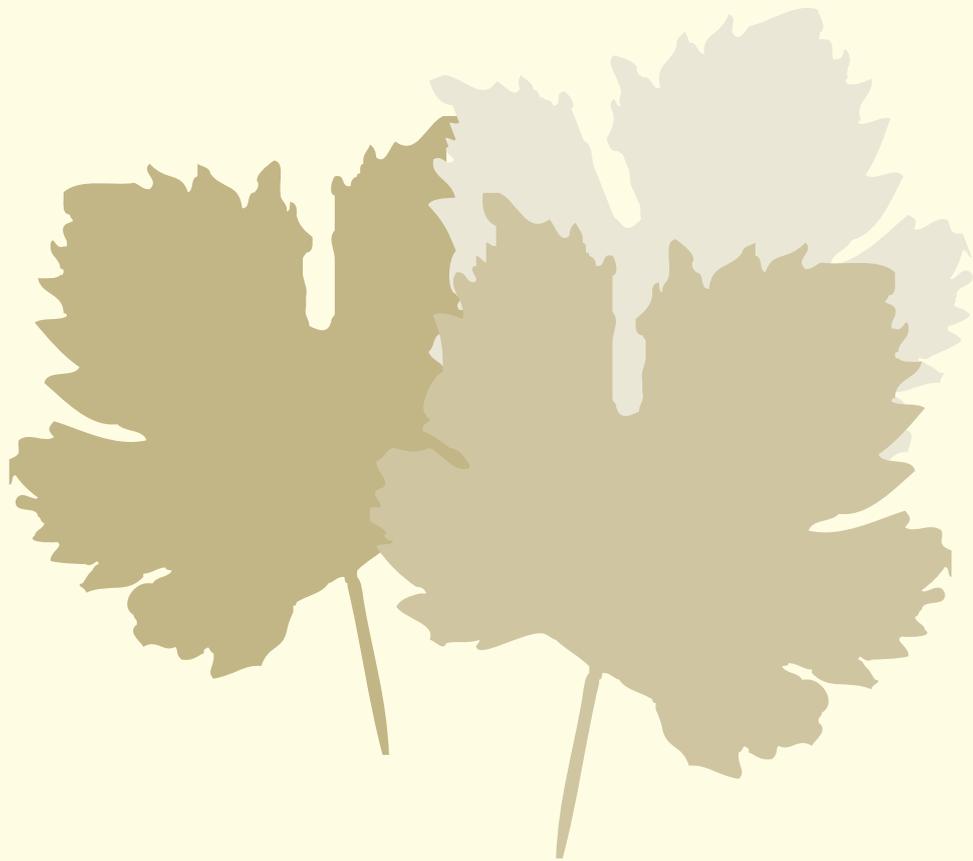
3.4

Contacto para información y sugerencias sobre este reporte:

Valentina Lira M.

Subgerente de Desarrollo Sustentable

valentina.lira@conchaytoro.cl



SUSTENTABILIDAD
CONCHA Y TORO

4 **Primer Reporte de Sustentabilidad**

6 **Mensaje del Presidente**

1
p. 9 **Holding Concha y Toro**

14 Hitos en la Historia

16 Misión y Visión

18 Viñas Filiales

19 Distribución y Oficinas Comerciales

2
p. 21 **Gobierno Corporativo**

22 Directorio y Ejecutivos

26 Ética Corporativa

30 Estructura de Propiedad y Control

3
p. 35 **Viña Concha y Toro:
Del Viñedo al Producto**

37 Viñedos

40 Bodegas y Plantas

41 Proceso Productivo

44 Portfolio de Productos

46 Reconocimientos

4
p. 49 **Gestión de Sustentabilidad**

52 Grupos de Interés

54 Estrategia de Sustentabilidad

55 Desempeño Económico

74 Entorno Social

98 Desempeño Ambiental

118 **Índice de Contenidos del GRI**

127 **Cuestionario de Retroalimentación**

REPORTE
DE SUSTENTABILIDAD
2012

Primer Reporte de Sustentabilidad

3.1

Viña Concha y Toro tiene la satisfacción de presentar su primer Reporte de Sustentabilidad, el cual da cuenta sobre los aspectos relevantes de su desempeño económico-financiero, social y ambiental, del periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del año 2012.

3.2

3.5

4.16

Este reporte ha sido elaborado bajo la metodología Global Reporting Initiative (GRI), especificada en la Guía para Confección de Reportes de Sustentabilidad versión 3.1 ajustándose a los requerimientos de nivel de aplicación A establecidos por GRI.

3.3

Mediante esta publicación, que en adelante se realizará de forma anual, se pretende establecer un canal de comunicación y transparencia hacia todas las partes interesadas y que constituya a la vez una herramienta de recuento sobre los avances y desafíos que aborda la compañía para consolidar un modelo de negocio sustentable.

Los contenidos y materialidad incluidos en este reporte son resultado del análisis de temas ambientales, sociales y económicos relevantes o materiales para la compañía los cuales fueron definidos considerando las opiniones de distintos grupos de interés recabadas en el marco del diagnóstico para la elaboración de la estrategia de sustentabilidad, que se realizó durante el año 2012. En el proceso de realización del diagnóstico, se entrevistó a las gerencias de diferentes áreas de la compañía, proveedores, asociaciones de la industria vitivinícola y representantes de los trabajadores, con el objetivo de identificar las expectativas e integrarlas en el desarrollo del marco estratégico.

Del mismo modo, se consideraron asuntos relevantes a partir de los resultados de la encuesta de satisfacción de clientes que la compañía realiza anualmente, y de las opiniones que expresan los consumidores a través de los canales de diálogo, que la compañía ha creado para establecer una interacción directa con ellos.

| Niveles de Aplicación | C | C+ | B | B+ | A | A+ |
|---|--|----------------------|--|----------------------|---|----------------------|
| Descripción de perfil de la empresa según G3.1 | Reportar contenidos: 1.1 1.2-2.10 3.1-3.8-3.10-3.12 4.1-4.4-4.14-4.15 | VERIFICACIÓN EXTERNA | Reportar contenidos de nivel C y: 1.2 3.9-3.13 4.5-4.13-4.16-4.17 | VERIFICACIÓN EXTERNA | Reportar contenidos requeridos en nivel B | VERIFICACIÓN EXTERNA |
| Descripción de enfoque de gestión según G3.1 | No se requiere | | Enfoque de gestión para cada categoría de indicadores | | Enfoque de gestión para cada categoría de indicadores | |
| Contestar los indicadores de desempeño según G3.1 y suplementos sectoriales | Reportar un mínimo de 10 indicadores de desempeño al menos uno de: social, económico y medioambiente | | Reportar un mínimo de 20 indicadores de desempeño al menos uno de: económico, medio ambiente, derechos humanos, trabajo, sociedad y responsabilidad del producto | | Reportar todos los indicadores de desempeño centrales de G3.1 y suplemento sectorial respetando el principio de materialidad: a) informado o b) justificando el indicador | |



COBERTURA

El reporte contiene información económica acerca del Holding Concha y Toro en su totalidad, incluidas sus viñas filiales, distribuidoras y oficinas a nivel global.

3.6

3.7

Para la información ambiental y social, en tanto, se ha considerado circunscribir la cobertura de las operaciones de Viña Concha y Toro y de sus viñas filiales que operan en Chile: Quinta de Maipo y Enolia Fine Wines, además de la distribuidora nacional Comercial Peumo. Se excluye Viña Cono Sur.

Es importante mencionar que todas las cantidades en el reporte están expresadas en miles (M\$) o millones (MM\$) de pesos chilenos reportando cifras al cierre del año 2012, y su histórico 2011, en los casos que se estimó relevante. Para la elaboración de los cálculos se aplicaron las orientaciones de los protocolos GRI, así como las metodologías de cálculo y procedimientos desarrollados internamente en Concha y Toro. En el caso que exista la necesidad de explicar cálculos específicos, éstos se detallarán en la sección correspondiente.

Por último, este documento marca un hito significativo para la compañía, ya que se establece el compromiso con nuestras partes interesadas, de desplegar eventos relevantes de la gestión, con transparencia y objetividad. La viña aspira a mejorar este esfuerzo año a año y que este reporte logre reflejar el objetivo central de su gestión en sustentabilidad, cual es **retribuir en cada botella, lo que la tierra nos ha dado**.

3.9

Mensaje del Presidente

Viña Concha y Toro es una compañía de larga tradición en Chile, su trayectoria está enraizada desde hace 130 años en la historia de nuestro país. La compañía ha visto crecer y progresar al país, lo ha visto diversificarse en su oferta exportadora, abrirse hacia nuevos mercados e integrarse con la comunidad internacional. Y así como el país y el entorno ha cambiado, la compañía ha experimentado un proceso de madurez empresarial que nos permite mirar con orgullo nuestra gestión pasada y proyectar con entusiasmo el rumbo hacia la siguiente década.

Existen diversas voces que consideran a la sustentabilidad como una característica de modernidad en la forma de desarrollar los negocios, una nueva dimensión que comienza a estar en boga desde mediados de los ochenta, cuando el término se acuña. Sin embargo, nos damos cuenta que nosotros no la concebimos de esa forma. Una historia centenaria como la de Concha y Toro no habría sido posible de no mediar un equilibrio para entender la relación con nuestro entorno, incluida sus variables ambientales; una forma de integración con las comunidades que habitan nuestras cercanías y una política de innovación comercial, que nos ha llevado a 137 destinos alrededor del mundo. Los componentes esenciales de la sustentabilidad forman parte de nuestra historia y de la filosofía de excelencia que marca nuestro accionar.

Por ello, la presentación de nuestro primer reporte de sustentabilidad constituye un hito relevante para la compañía. Este reporte refleja de manera transparente y objetiva nuestra gestión social, ambiental y económica. Se trata de nuestro primer recuento que despliega información del año 2012 y que nos hemos comprometido a replicar anualmente, reforzando el principio de cercanía con nuestras partes interesadas.

2012 fue un año de grandes desafíos para la viña y tuvimos que sortear un escenario especialmente difícil para la industria vitivinícola chilena. A la incertidumbre económica, se sumaron alzas importantes en el precio de nuestra principal materia prima y un tipo de cambio desfavorable. Gracias a una acertada gestión y

estrategia comercial, la compañía pudo enfrentar estos desafíos con solidez y generar resultados positivos.

A nivel productivo seguimos realizando inversiones en el área agrícola y enológica, lo que nos permite garantizar la calidad necesaria para competir exitosamente en los distintos mercados donde la viña tiene presencia. Continuamos implementando un plan de plantaciones para aumentar nuestros viñedos propios, buscando nuevos terroirs que potencien nuestras variedades. Pero además del patrimonio de tierras productivas, la viña cuenta con más de 3.200 hectáreas de bosque nativo registrados ante CONAF, lo que da cuenta de nuestro compromiso con su conservación. Hemos realizado inventarios en cerca del 90% de dicha superficie, con el objetivo de conocer la biodiversidad que estos bosques contienen y con ello iniciar un camino para conservar y potenciar de manera efectiva y duradera.

A su vez, nuestro equipo enológico sigue trabajando para obtener uvas de mayor calidad y eficiencia productiva. Las mejoras realizadas en bodegas y plantas han permitido que estemos haciendo un mejor uso de la energía, lo que se ha reflejado en menores consumos por litro producido. Estas eficiencias se continuarán potenciando a futuro.

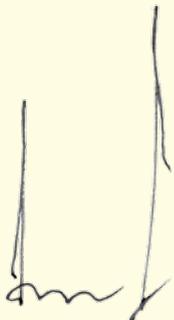
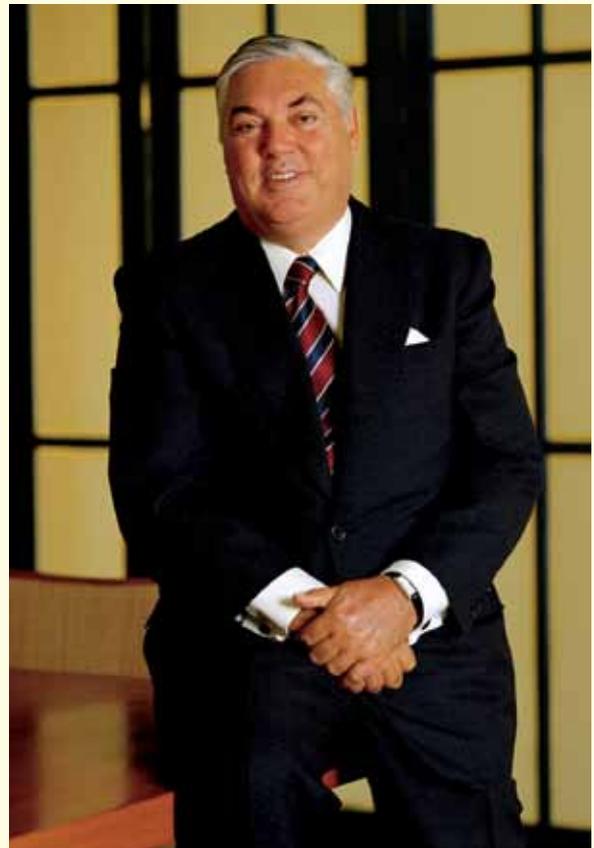
Gracias a las excelentes calidades alcanzadas por nuestros vinos hemos logrado reestructurar los portafolios de todas nuestras viñas filiales, siguiendo la estrategia de priorizar el segmento premium y superiores, que ha probado ser más atractivo por su dinamismo y rentabilidad. Asimismo, la viña ha potenciado su red comercial externa creando una plataforma sólida para la venta de sus productos en todo el mundo.

En materia de desarrollo sustentable, la viña dio pasos significativos, ya que durante este año se logró la formalización de nuestra Estrategia de Sustentabilidad, proyecto que involucró a múltiples áreas de la compañía. Nuestra estrategia está basada en 6 pilares que fueron considerados como ejes centrales de la gestión futura: Producto, Cadena de Abastecimiento,

Cientes, Personas, Sociedad y Medio Ambiente. Cada pilar cuenta con objetivos definidos que nos permitirán evaluar y avanzar planificadamente, ya que entendemos que la sustentabilidad es un camino de permanente revisión y mejora con el que la viña ha sellado un compromiso.

Además, durante 2012 la viña logró la certificación bajo el Código de Sustentabilidad de la Industria Vitivinícola Nacional. Este sistema de certificación es un programa elaborado por la Asociación de Vinos de Chile, equivalente a los programas de sustentabilidad existentes en California (EEUU) o Nueva Zelandia, lo que pone a la viña en un excelente pie de competitividad internacional.

Concha y Toro es hoy una empresa líder y asumimos este liderazgo con gran responsabilidad. Nada de lo anterior sería posible sin el trabajo apasionado de un equipo humano de excelencia que nos ha permitido afrontar los nuevos desafíos que presenta la industria a nivel mundial. Así, nuestros vinos son el resultado de un delicado equilibrio entre la tierra y el hombre, representados por los terroir únicos, los cultivos y enología de primer nivel. Entendemos que para continuar elaborando vinos con la excelencia que nos caracteriza debemos lograr que este balance sea imperecedero, ya que ello nos permitirá continuar la tradición centenaria de acompañar cada ocasión de consumo y transformarla en un evento memorable.



Alfonso Larraín Santa María
Presidente
Viña Concha y Toro



1

HOLDING CONCHA Y TORO



Holding Concha y Toro

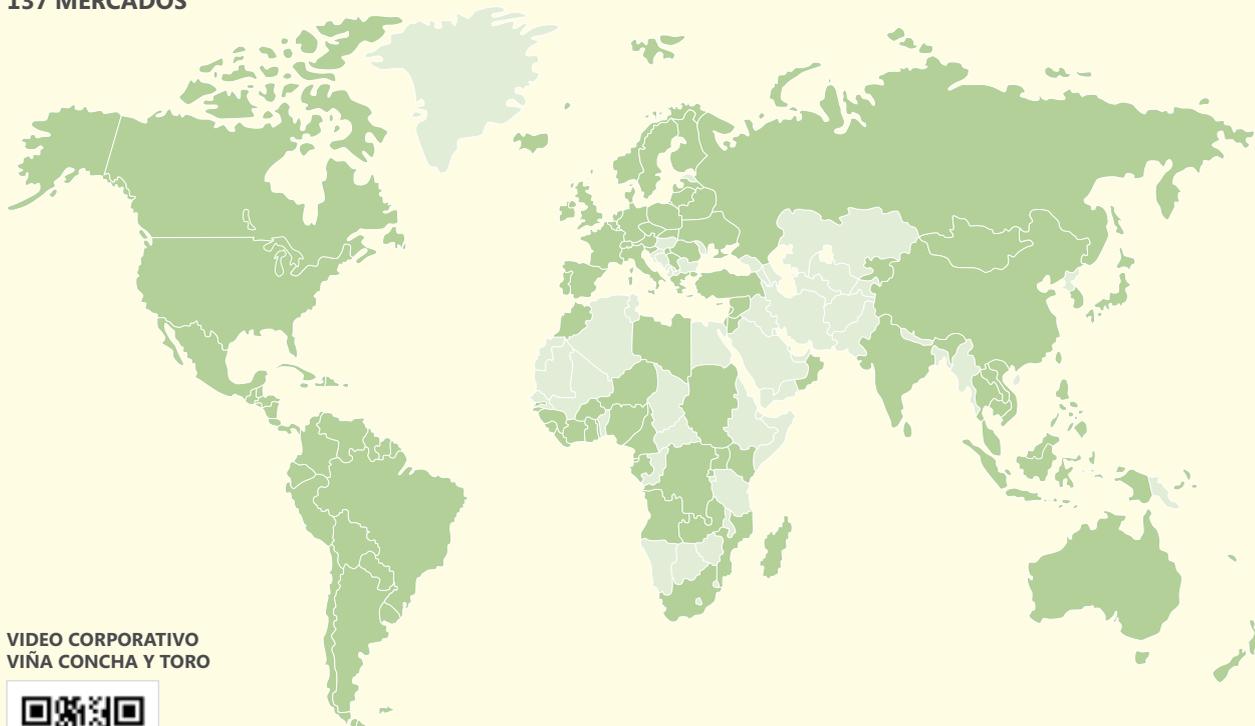
Concha y Toro S.A. es la principal productora y exportadora de vinos de Chile, tanto en términos de volumen como de valor económico. En 130 años de trayectoria, se ha caracterizado por un permanente compromiso con la calidad y con el medio ambiente de donde proviene la materia prima para la elaboración de los vinos, complementando la tradición agrícola y enológica con una voluntad exportadora y de permanente innovación.

Sus principales operaciones se encuentran en Chile, donde la compañía opera en 51 viñedos ubicados en la zona central, dispone de 15 bodegas de vinificación y 4 plantas de envasado, junto a su propia red de distribución nacional. Adicionalmente la viña cuenta con operaciones en Argentina a través de su filial Trivento Bodegas y Viñedos, y en California (EEUU), a través de su filial Fetzer Vineyards. Asimismo, la compañía opera mediante sus filiales de distribución en Europa, Asia, Estados Unidos, México, Brasil, Canadá y Sudáfrica.

Concha y Toro posee y administra viñedos para el cultivo de uvas que se destinan únicamente a la producción de vino. Mantiene la segunda posición entre las viñas con más viñedos propios plantados en el mundo con 9.133 hectáreas en Chile, 1.154 hectáreas en Argentina y 463 hectáreas en Estados Unidos, sumando un total de 10.750 hectáreas para el cultivo de la vid.

La compañía produce un amplio portfolio de vinos que se comercializan en 137 países.

137 MERCADOS



VIDEO CORPORATIVO
VIÑA CONCHA Y TORO





CONCHA Y TORO



Marca de Vino más Admirada del Mundo,
Drinks International 2011 y 2012



Winery of the Year, Wine & Spirits,
USA 2012

2^a

viña con más viñedos
plantados en el mundo

1^a

viña en medir la Huella de Agua



Certificación de Carbono Neutral
en Oficinas Comerciales

1^a

viña comprometida con la sustentabilidad
en Rio+20



2.3

A continuación se muestra la ubicación estratégica de las operaciones productivas, las filiales de distribución y las oficinas comerciales de Concha y Toro:

• OPERACIÓN PRODUCTIVA

ESTADOS UNIDOS

463 hectáreas plantadas / **15** viñedos

Viñas:

Fetzer Vineyards
Bonterra

2.9

ARGENTINA

1.154 hectáreas plantadas / **8** viñedos

Viñas:

Trivento Bodegas y Viñedos

CHILE

9.133 hectáreas plantadas / **51** viñedos / **9** valles

Viñas:

Viña Concha y Toro
Viña Cono Sur
Quinta de Maipo
Enolia Fine Wines
Viña Almaviva



Los años 2011 y 2012 fueron claves para Concha y Toro en su estrategia de posicionamiento como competidor global. La compañía avanzó en su diversificación y participación en los mercados internacionales, con la adquisición de Fetzer Vineyards, una de las diez bodegas más importantes de Estados Unidos y uno de los referentes mundiales en la producción sustentable de vinos.

Esta transacción, la más importante que haya realizado una empresa chilena en Estados Unidos durante el periodo reportado, permitió a Concha y Toro dar un paso más en su estrategia de crecimiento al sumar una operación productiva y comercial en el mercado norteamericano.

Por otra parte, a fin de fortalecer la integración de la distribución en Sudáfrica y Canadá, durante el 2012 se establecieron dos nuevas oficinas: VCT Africa & Middle East Ltd. y Concha y Toro Canada Ltd., respectivamente. De esta manera, Concha y Toro se convirtió en la primera viña chilena en instalarse en África, avanzando así, en el proceso de internacionalización de la compañía.

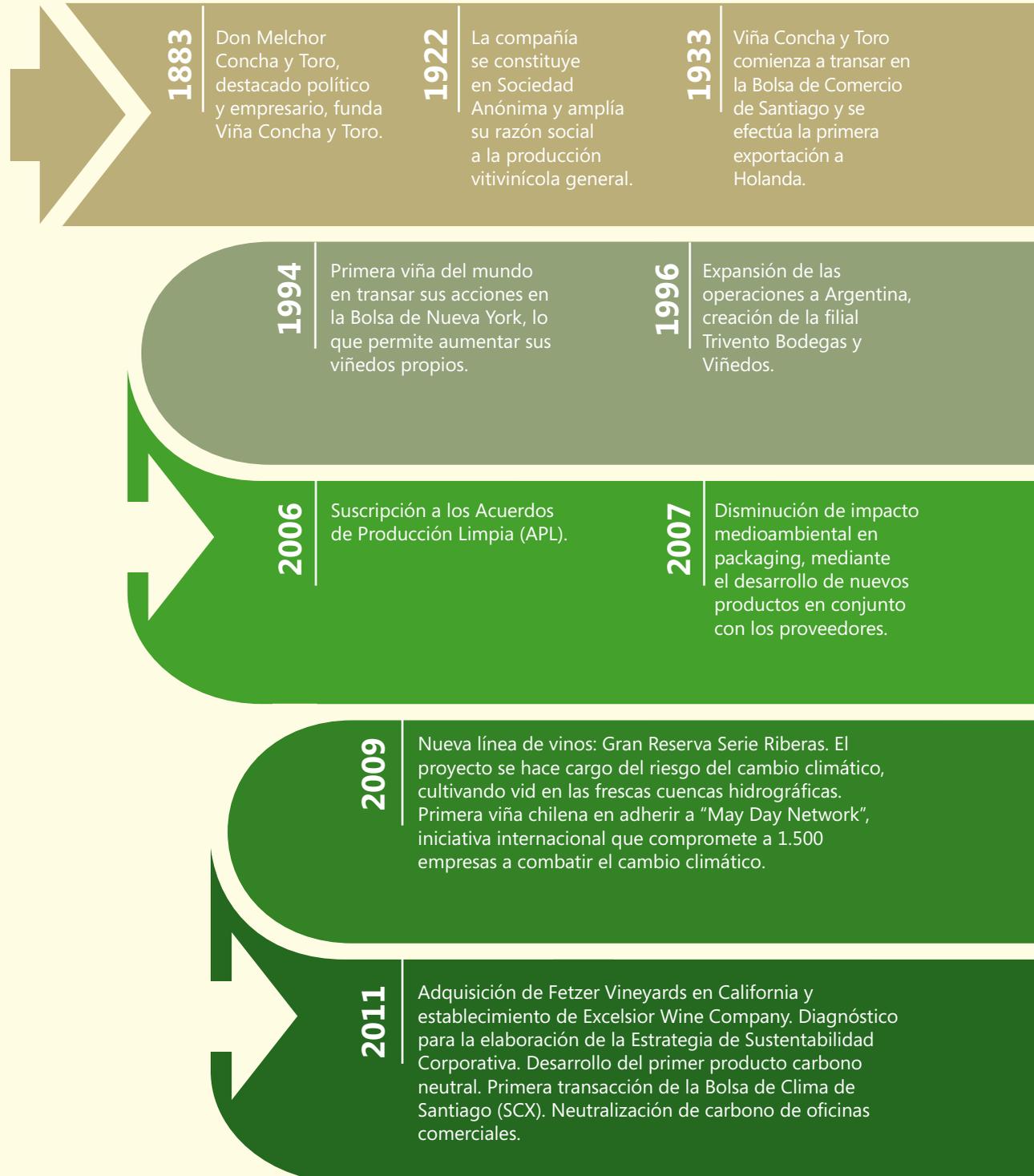
Con el objetivo de aumentar la producción de vinos de calidad superior, Concha y Toro ha realizado una inversión de US\$59 millones en el 2012, enfocada principalmente en perfeccionar diversas áreas como enología y apoyar a las filiales. Además, se plantaron y desarrollaron 540 nuevas hectáreas de viñedos en Chile, lo que apunta a aumentar el volumen de los productos Premium y Super Premium.

- FILIALES DE DISTRIBUCIÓN
- OFICINAS COMERCIALES





Hitos en la Historia



1957

Comienza un proceso de modernización impulsado por Eduardo Guilisasti Tagle, director de la compañía entre 1957 y 1998, sentando las bases productivas para la expansión de la empresa.

1966

La compañía comienza la elaboración de vinos más complejos al lanzar al mercado Casillero del Diablo.

1980-90

Fuerte desarrollo hacia mercados externos e inicio de un plan de inversiones –vigente hasta hoy– que involucra la adquisición de viñedos, el aumento de la capacidad operativa y la adopción de procesos de punta en vinificación y guarda. Inicio de la implementación del Riego Tecnificado.

1998

Implementación de la Política de Manejo Integrado de Viñedos que busca mejorar la producción generando el mínimo impacto en los recursos naturales, protegiendo la salud de los trabajadores.

1999

Construcción de plantas de tratamiento de residuos industriales líquidos (RILES) para depurar y reutilizar el agua usada en el proceso industrial.

2003

Proyecto Fondef: Tecnologías de manejo de agua para una agricultura intensiva sustentable.

2008

Medición de la Huella de Carbono. Desarrollo de Botellas Livianas, proyecto conjunto con Cristalchile destinado a disminuir el peso de las mismas. Creación del Área de Desarrollo Sustentable.

2010

Partnership estratégico con Manchester United. Suscripción a los Acuerdos de Producción Limpia II (APLII). Reconstrucción de viviendas sociales post terremoto. Asociación a Water Footprint Network para realizar una primera estimación de la Huella de Agua Corporativa. Premio Drinks Business Green Awards, por la disminución de emisiones de Gases Efecto Invernadero en el transporte. Socio fundador en la Bolsa de Clima de Santiago (SCX).

2012

Elaboración Estrategia de Sustentabilidad Corporativa. Certificación Código Nacional de Sustentabilidad otorgada por Vinnova y Tecnovid. Primera curva de abatimiento de CO₂ de la industria vitivinícola.

CASILLERO DEL DIABLO -
MANCHESTER UNITED
(New Devil)



Misión y Visión

VISIÓN

- Concha y Toro aspira a ser una de las marcas globales que lideren la industria vitivinícola mundial.

MISIÓN

- Realizar el trabajo diario con excelencia, entusiasmo y con una actitud visionaria.
- Crear vinos de excelente calidad respetando la naturaleza, su armonía y equilibrio, desde el viñedo hasta su elaboración.
- Promover un lugar de trabajo inspirador, enriquecedor y gratificante, potenciando el desarrollo profesional de cada uno de los trabajadores de Concha y Toro.
- Entender las necesidades de los clientes, principalmente de los consumidores, entregándoles marcas y un servicio de excelencia.
- Crear valor para los trabajadores, proveedores, distribuidores, consumidores y accionistas.



8
viñas filiales



19
bodegas de vinificación en Chile, Argentina y EEUU



6
plantas de envasado en Chile, Argentina y EEUU



74
fundos en Chile, Argentina y EEUU

LIDERAZGO TRADICIÓN

EXCELENCIA **ACCESIBILIDAD** RESPETUOSA

DISTINGUIDA **CERCANA**

EMPREENDEDORA

Holding Concha y Toro



10.750

hectáreas plantadas en Chile, Argentina y EEUU



137

países de destino en los 5 continentes



\$450.545

millones en ventas anuales



30,2

millones de cajas vendidas en 2012



3.491

trabajadores directos en Chile y filiales extranjeras



Viñas Filiales

La política de diversificación de Viña Concha y Toro ha llevado a la compañía a ampliar sus horizontes concretando nuevos proyectos e inversiones, dando

forma a nuevas viñas filiales y logrando mayor alcance y diversidad en su portfolio de vinos.



VIÑA CONCHA Y TORO

Reconocida en Chile y el mundo, destaca por la calidad de sus vinos y ser la principal empresa productora y exportadora de vinos de Chile. Opera viñedos propios, plantas de vinificación y envasado, y cuenta con una amplia red de distribución propia.



VIÑA CONO SUR

Creada en 1993 con el objeto de elaborar, envasar, distribuir y comercializar vinos, en respuesta a una creciente demanda internacional. Hoy se encuentra presente en más de 50 mercados alrededor del mundo.



QUINTA DE MAIPO

Compuesta por Viña Maipo y Viña Palo Alto. Se dedica a la elaboración, envasado, distribución, compra y venta de un amplio portfolio de productos destinados a sus principales mercados (Europa, Asia y Latinoamérica).



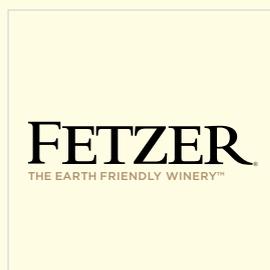
ENOLIA FINE WINES

Creada en 2011 como unión de las viñas Canepa, Maycas del Limarí y Finca La Chamiza (Argentina). Tiene el objetivo de fortalecer los vinos Premium de cada una de las viñas.



TRIVENTO BODEGAS Y VIÑEDOS

Fundada en Mendoza (Argentina) en 1997, con el objetivo de producir vinos de mayor calidad posicionándolos en los mercados internacionales.



FETZER VINEYARDS

Pionera en el desarrollo de prácticas sustentables, es hoy una de las 10 viñas más importantes de California. Integra el Holding de Viña Concha y Toro desde el año 2011.

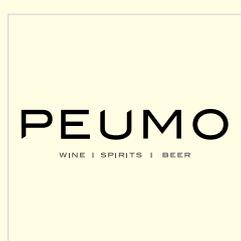


VIÑA ALMAVIVA

Joint venture con Baron Philippe de Rothschild, propietario de Chateau Mouton Rothschild en Bordeaux (Francia). Su propósito principal es la producción y comercialización de vinos Super Premium.

Distribución y Oficinas Comerciales

2.3



COMERCIAL PEUMO

Se dedica a la venta, distribución y comercialización de los productos elaborados por la matriz y sus filiales en Chile.



CONCHA Y TORO UK

Dedicada a la distribución y posicionamiento de las marcas del grupo, especialmente de vinos y espumantes. La filial exhibe un constante crecimiento en ventas y sólida posición en el mercado.



CONCHA Y TORO NORDICS

Enfocadas en la comercialización y distribución de productos de la matriz y sus filiales en los mercados de Suecia, Finlandia y Noruega.



VCT BRASIL

Focalizada en la distribución y comercialización de vinos y productos similares. Esta filial también se orienta a actividades de marketing, comunicación y promoción a través de alianzas locales.



VCT ASIA

Ubicada en Singapur, actúa como comisionista y promotora de los vinos chilenos y argentinos del Holding en el mercado asiático.



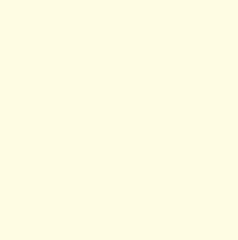
VCT&DG MÉXICO

Con sede en Ciudad de México, esta filial está destinada a consolidar la distribución de los productos de Viña Concha y Toro en ese país.



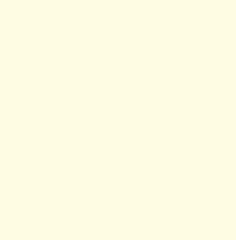
EXCELSIOR WINE COMPANY

Centrada en la distribución de productos de Viña Concha y Toro, Bodegas y Viñedos Trivento y algunas marcas de Fetzer Vineyards, en el mercado de Estados Unidos.



VCT AFRICA & MIDDLE EAST

Establecida en Cape Town, esta nueva oficina se dedica a la promoción de ventas de los productos de Concha y Toro y filiales en Sudáfrica y otros territorios en África.



CONCHA Y TORO CANADÁ

Ubicada en Toronto, esta nueva oficina inicia sus funciones en 2012. Se dedica a promover las ventas de los productos de Concha y Toro y filiales.



2



GOBIERNO CORPORATIVO



Directorio y Ejecutivos

4.1

4.2

4.3

La compañía es administrada por un Directorio compuesto por 7 miembros nominados por la Junta General de Accionistas. El Directorio dura un periodo de 3 años, al final del cual debe renovarse totalmente y sus miembros pueden ser reelegidos indefinidamente. De acuerdo con la Ley sobre Sociedades Anónimas (N° 18.046), ni el presidente ni los directores ocupan un cargo ejecutivo. El actual

Directorio fue elegido el 25 de abril de 2011, por un plazo de 3 años que finaliza en 2014.

El Directorio se reúne en sesiones ordinarias una vez al mes para analizar y resolver sobre las principales materias que son de su competencia y en forma extraordinaria si la gestión de negocios así lo requiere.

El Directorio está formado por:



Alfonso Larraín Santa María

Presidente

Empresario

Director de la compañía desde 1969

Gerente General entre 1973 y 1989



Francisco Marín Estévez

Ingeniero Agrónomo

Director de la compañía desde 1982



Rafael Guilisasti Gana

Vicepresidente

Licenciado en Historia

Director de la compañía desde 1998



Mariano Fontecilla de Santiago Concha

Diplomático

Director de la compañía en varios periodos

El primero en 1949 y más recientemente desde 1995



Sergio de la Cuadra Fabres

Ingeniero Comercial

Director de la compañía desde 2005



Pablo Guilisasti Gana

Ingeniero Comercial

Director de la compañía desde 2005



Jorge Desormeaux Jiménez

Ingeniero Comercial

Director de la compañía desde 2011

Comité de Directores

En cumplimiento con la regulación chilena, la compañía nombró un Comité de Directores. El actual Comité de Directores de Viña Concha y Toro está integrado por los señores Sergio de la Cuadra Fabres (Presidente), Jorge Desormeaux Jiménez y Rafael Guilisasti Gana quienes fueron elegidos en la Sesión Extraordinaria de Directorio de fecha 25 de abril de 2011.

El Comité, en el periodo reportado, se reunió 12 veces, ejecutando sus principales funciones:

- Revisar los balances, estados financieros e informes entregados por los auditores externos y entidades supervisoras externas.
- Proponer candidatos para auditoría externa al Directorio.
- Examinar los antecedentes de operaciones de la compañía con personas relacionadas.
- Revisar los planes de remuneraciones y compensaciones de los gerentes y ejecutivos.
- Monitorear los sistemas de control interno utilizados en Concha y Toro y sus filiales.

Comité de Auditoría

En cumplimiento de la ley estadounidense Sarbanes-Oxley (2002), en su sesión de fecha 25 abril de 2011, el Directorio de Concha y Toro designó de entre sus miembros a los integrantes del Comité de Auditoría exigido por dicha legislación, resultando electos los mismos directores que forman parte del Comité de Directores requerido por la ley chilena. Dicho Comité debe velar por la implementación de medidas que promuevan la confianza del inversionista y la integridad de los mercados.

Principales Ejecutivos

El más alto ejecutivo de la compañía es el Gerente General, designado por el Directorio y del cual dependen las restantes gerencias. Él tiene la responsabilidad de velar por la estrategia global de la empresa en sus aspectos económico, ambiental y social, y de potenciar el desarrollo de nuevos negocios.

El actual Gerente General es Eduardo Guilisasti Gana, Ingeniero Civil, quien ocupa el cargo desde 1989 y tiene 33 años de antigüedad en la compañía. Durante su gestión, Concha y Toro inició su plan de expansión de viñedos, bodegas y mercados de exportación consolidando la actual red mundial de ventas. Sus responsabilidades y las de todos los ejecutivos están detalladas en el Código de Ética y Conducta, el cual está disponible en el sitio web de la compañía.



4.1

4.9

4.1

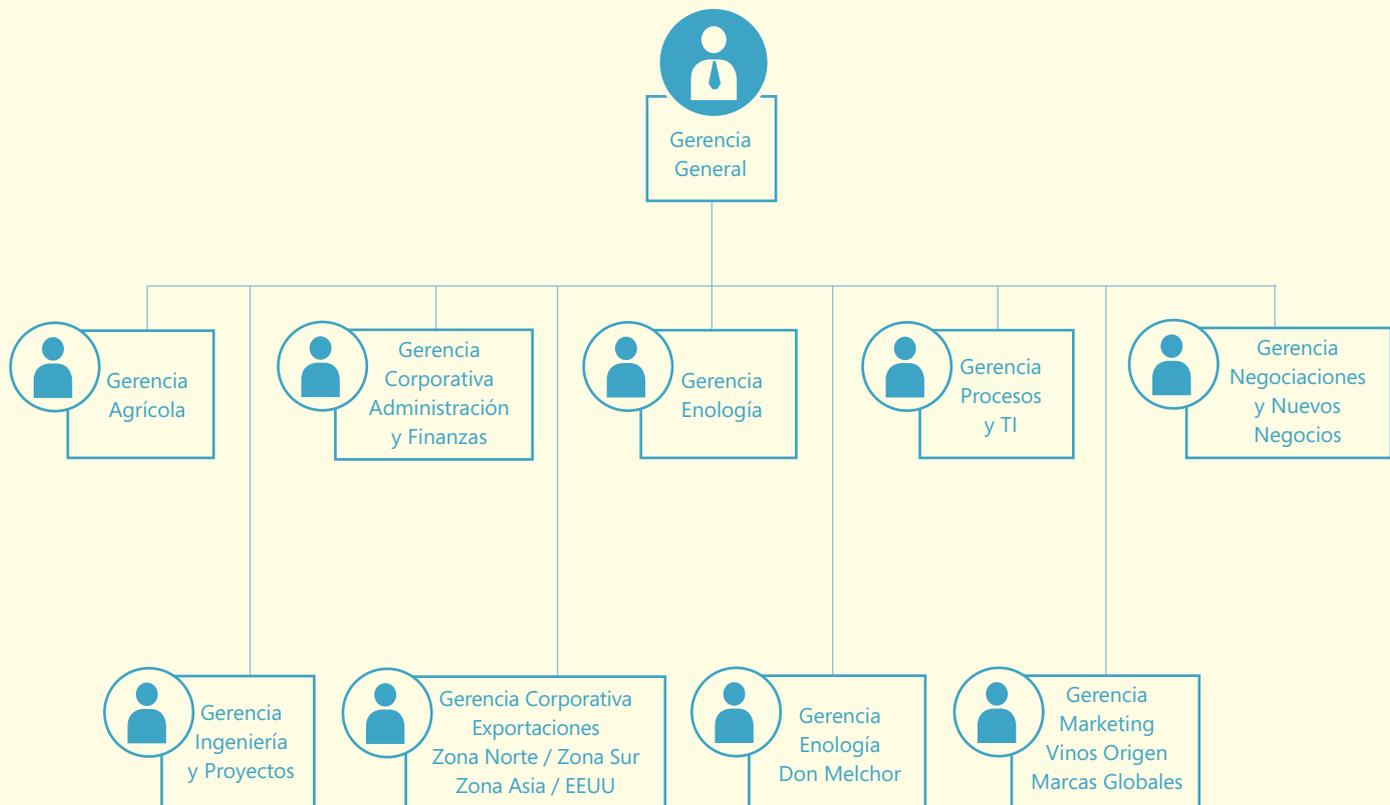
4.10



4.1

Organigrama General de Concha y Toro

La estructura gerencial de la viña es la siguiente:



LAS

Es responsabilidad de las gerencias informar a las distintas áreas sobre los cambios en su estructura organizacional. Dichas modificaciones son comunicadas mediante "Nota Interna" a toda la compañía. Las promociones y las incorporaciones son

publicadas, además, a través del boletín interno de Recursos Humanos. Mientras que, las desvinculaciones son informadas vía nota interna y notificadas al empleado involucrado con privacidad y cumpliendo con la normativa laboral.

Remuneración de Directores y Principales Ejecutivos

De acuerdo a los estatutos, la remuneración del Directorio para el año 2012 fue fijada por la Junta Ordinaria de Accionistas en un 1,3% de la utilidad líquida del periodo. Además, se aprobó una asignación de UF 300 por mes por las responsabilidades ejecutivas del presidente del Directorio.

Las remuneraciones del Directorio y de los Ejecutivos para el año 2012 han sido:

| | CANTIDAD | MONTO (M\$) |
|---|----------|-------------|
| Directores (participación y asignaciones por responsabilidades) | 8 | 737.697 |
| Comité de Directores (remuneraciones) | 4 | 93.753 |
| Gerentes, subgerentes y ejecutivos principales | 140 | 12.915 |

Las indemnizaciones por término de contrato, pagados a gerentes, subgerentes y ejecutivos principales de la compañía y filiales durante 2012, alcanzaron la suma de \$228,8 millones.

Los gerentes y ejecutivos principales participan de un plan de bonos anuales por participación de utilidades y cumplimiento de objetivos. Mientras que los empleados administrativos de la compañía participan en un bono anual equivalente al 4,5% de la utilidad neta en proporción a su remuneración.





Ética Corporativa

Viña Concha y Toro considera fundamental el compromiso máximo con los valores éticos que rigen a la compañía y el absoluto cumplimiento de las normas y regulaciones vigentes en todos los lugares donde realiza operaciones.

4.8

Código de Ética y Conducta

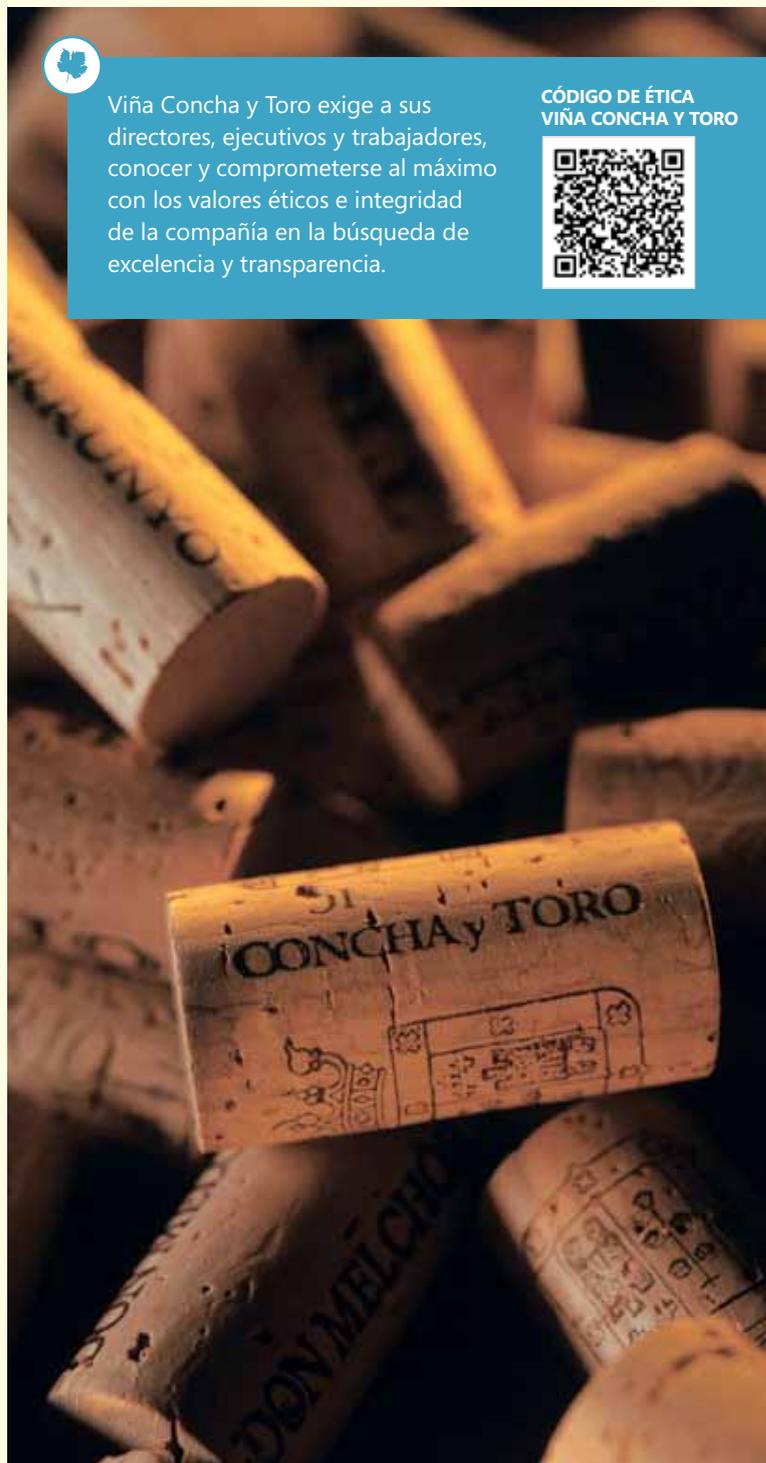
Los principios fundamentales de Concha y Toro y filiales se materializan en el Código de Ética y Conducta. En éste se establecen las pautas de conducta a las que deben atenerse las actuaciones de los directores, ejecutivos y trabajadores de la compañía y de sus sociedades filiales, en cada una de las etapas de elaboración, distribución y venta de productos.

El Código de Ética y Conducta fue aprobado por el Directorio en el año 2004 y posteriormente, actualizado y aprobado por el mismo el 31 de mayo de 2012. Esta última actualización incorpora todas las regulaciones adoptadas por el Gobierno Corporativo del Holding. Entre otras, el Código considera las exigencias de la Securities and Exchange Commission (SEC), que es la agencia independiente del gobierno de Estados Unidos cuya función es velar por el cumplimiento de las leyes federales sobre los mercados financieros y las bolsas de valores de ese país.

4.9

El Código de Ética y Conducta de Concha y Toro comprende, entre otros, los siguientes temas:

- Deberes de la Gerencia Superior y de los trabajadores en general.
- Relaciones laborales.
- Relaciones con clientes.
- Conflictos de interés.
- Medio ambiente.



Viña Concha y Toro exige a sus directores, ejecutivos y trabajadores, conocer y comprometerse al máximo con los valores éticos e integridad de la compañía en la búsqueda de excelencia y transparencia.

CÓDIGO DE ÉTICA
VIÑA CONCHA Y TORO



Comité de Ética

El Directorio aprobó la constitución de un Comité de Ética, el 31 de mayo de 2012, que tendrá como misión principal promover y regular el comportamiento de excelencia profesional y personal de parte de todos los trabajadores de Concha y Toro, en forma consistente con los principios y valores de la empresa.

En cumplimiento de dicha misión, entre las atribuciones especiales del Comité de Ética destacan:

- Conocer las denuncias anónimas recibidas a través del canal especialmente destinado para el efecto y dar cuenta de ellas al Comité de Directores;
- Analizar aquellas denuncias que se reciban que estén bajo el alcance del Modelo de Prevención de Delitos o se encuentren asociadas a los delitos previstos en la Ley N°20.393 y coordinar las investigaciones derivadas de dichas actividades;
- Apoyar al encargado de Prevención de Delitos en las diferentes actividades de control que éste efectúa.

Denuncias Anónimas

Viña Concha y Toro ha implementado a través de su sitio web un sistema sencillo y eficiente de denuncias anónimas, referente a todos los aspectos abordados en el Código de Ética y Conducta respecto a temas relacionados con la contabilidad, fraudes, salvaguarda de activos, auditoría o cualquier asunto relacionado con el incumplimiento del mismo. De esta forma los empleados, clientes, proveedores, accionistas y terceros pueden hacer denuncias anónimas, de manera confidencial.

En el periodo reportado se registró una denuncia por acoso sexual, cuya gestión se realizó cumpliendo con los procedimientos de denuncias anónimas del cual dispone la compañía. Según la resolución final de la misma no hubo indicios de dicho acoso.

4.1

4.4

HR4

HR11



4.8

Modelo de Prevención de Delitos

S02

Con la ayuda de una consultora externa se analizaron todas las unidades de negocio de la compañía a partir del Modelo de Prevención de Delitos (MPD) diseñado especialmente para la viña, el cual cuenta con una matriz de riesgos y una política de prevención de delitos. La matriz señala el cohecho, el lavado de activos y el financiamiento al terrorismo, de acuerdo a lo indicado en la legislación vigente.

S03

Concha y Toro, de forma periódica, realiza charlas formativas a los ejecutivos con el fin de evitar problemas de corrupción o delitos considerados en el modelo. En el periodo reportado fueron capacitados los 15 ejecutivos principales, incluido el Gerente General. En cambio en el año 2011, se capacitó un total de 40 ejecutivos. De los cuales, 37 pertenecen a la Gerencia de Operaciones y 3 a la Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas.

Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado

Como herramienta de autorregulación, Concha y Toro cuenta con una normativa interna para el tratamiento de la información con la finalidad de que sea de utilidad para un adecuado análisis financiero de la viña y sus filiales o los valores emitidos por ellas.

Se entiende dentro de este concepto toda información de carácter legal, económico o financiero que se refiera a aspectos relevantes de la marcha de los negocios o que pueda tener un impacto significativo sobre ellos. Este manual establece los protocolos y obligaciones para todas las personas que están obligadas a informar, y aquellas que en razón de su cargo, posición, actividad o relación con Viña Concha y Toro requieran el acceso a la información, como son los auditores externos, bancos y abogados, entre otros.



Procedimientos para Evitar Conflictos de Interés

De manera adicional al cumplimiento de la Ley Sobre Sociedades Anónimas, Concha y Toro ha adoptado una serie de medidas tendientes a reforzar la independencia y transparencia de sus directores y ejecutivos. Tales medidas están contenidas en el Código de Ética y Conducta y en el Manual de Manejo de Información de Interés para el mercado de la compañía.

Procedimientos para Asegurar la Libre Competencia

No existen acciones en las que se haya comprobado la participación de la compañía por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia. La participación en la industria vitivinícola se realiza con absoluto respeto a las normas de libre competencia.

La compañía dispone de un manual de cumplimiento de la normativa de libre competencia, además se realizan capacitaciones a aquellos ejecutivos cuyos cargos se encuentran directamente vinculados con estos temas. La compañía, sus directores, ejecutivos y trabajadores deben promover y basar su actuar en los principios de respeto a la libre competencia, a la competencia leal y a los demás actores del mercado, independientemente de su tamaño o posición. Los trabajadores de la compañía, en la prosecución de utilidades y beneficios para la misma, siempre deberán tener presente estos principios así como el beneficio del cliente. Concha y Toro considera que las prácticas que atentan contra la libre competencia constituyen una falta grave hacia el Código de Ética y Conducta de la compañía.

4.6

S07



Estructura de Propiedad y Control

2.3

Concha y Toro es una sociedad anónima abierta, que opera como un holding integrado verticalmente. Su casa matriz, ubicada en Santiago de Chile, conduce las distintas operaciones y filiales para potenciar su alcance y generar mayor valor en la cadena productiva del vino, desde el cultivo de la uva hasta el consumidor final.

2.6

La propiedad de Viña Concha y Toro S.A. al 31 de diciembre del 2012 está distribuida en 1.297 accionistas. Los 12 mayores accionistas poseen el siguiente número de acciones y porcentaje¹ de participación:

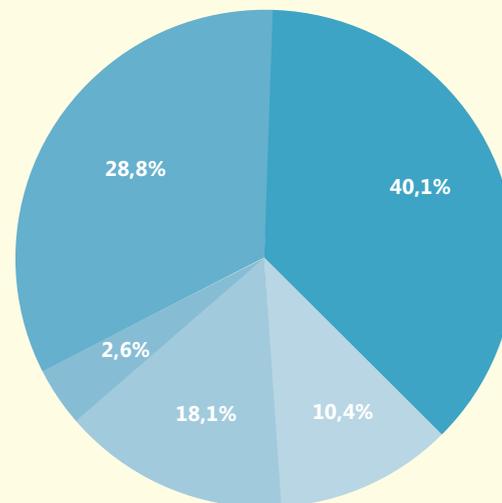
| DISTRIBUCIÓN DE PROPIEDAD | | |
|---|--------------------|--------------------|
| ACCIONISTAS | NÚMERO DE ACCIONES | % DE PARTICIPACIÓN |
| Inversiones Totihue S.A. | 87.615.431 | 11,7% |
| Rentas Santa Bárbara S.A. | 85.274.628 | 11,4% |
| Banco Itaú Cta. de Inversionistas | 35.448.446 | 4,8% |
| Inversiones Quivolgo S.A. | 30.721.493 | 4,1% |
| Banco Santander Cta. de terceros | 29.513.034 | 4,0% |
| Fundación Cultura Nacional | 26.964.775 | 3,6% |
| Banco de Chile Cta. de terceros | 26.772.619 | 3,6% |
| Inversiones GDF Ltda. | 24.439.851 | 3,3% |
| Constructora Santa Marta Ltda. | 22.293.321 | 3,0% |
| Agroforestal e Inversiones Maihue Ltda. | 21.781.895 | 2,9% |
| AFP Provida S.A. Fondo de Pensiones | 21.620.270 | 2,9% |
| AFP Cuprum S.A. Fondo de Pensiones | 20.611.367 | 2,8% |
| TOTAL MAYORES ACCIONISTAS | 433.057.130 | 58,0% |
| TOTAL ACCIONES SUSCRITAS SERIE ÚNICA | 747.005.982 | |
| TOTAL ACCIONISTAS | 1.297 | |



El porcentaje controlado directa e indirectamente por el Grupo Controlador es de un 40,1%¹, teniendo entre ellos un acuerdo de actuación conjunta no formalizado. El Grupo Controlador está compuesto por:

| GRUPO CONTROLADOR | PARTICIPACIÓN |
|---|---------------|
| Familia Guilisasti Gana ² | 26,8% |
| Alfonso Larraín Santa María y familia | 7,3% |
| Mariano Fontecilla de Santiago Concha y familia | 3,7% |
| Sergio Calvo Salas y familia | 2,4% |
| TOTAL PARTICIPACIÓN | 40,1% |

La composición de la propiedad se muestra a continuación:



-  AFP Chilenas
-  Corredoras, Bancos, Cías de Seguro
-  ADR's
-  Otros Grandes Accionistas
-  Grupo Controlador



MEMORIA 2012

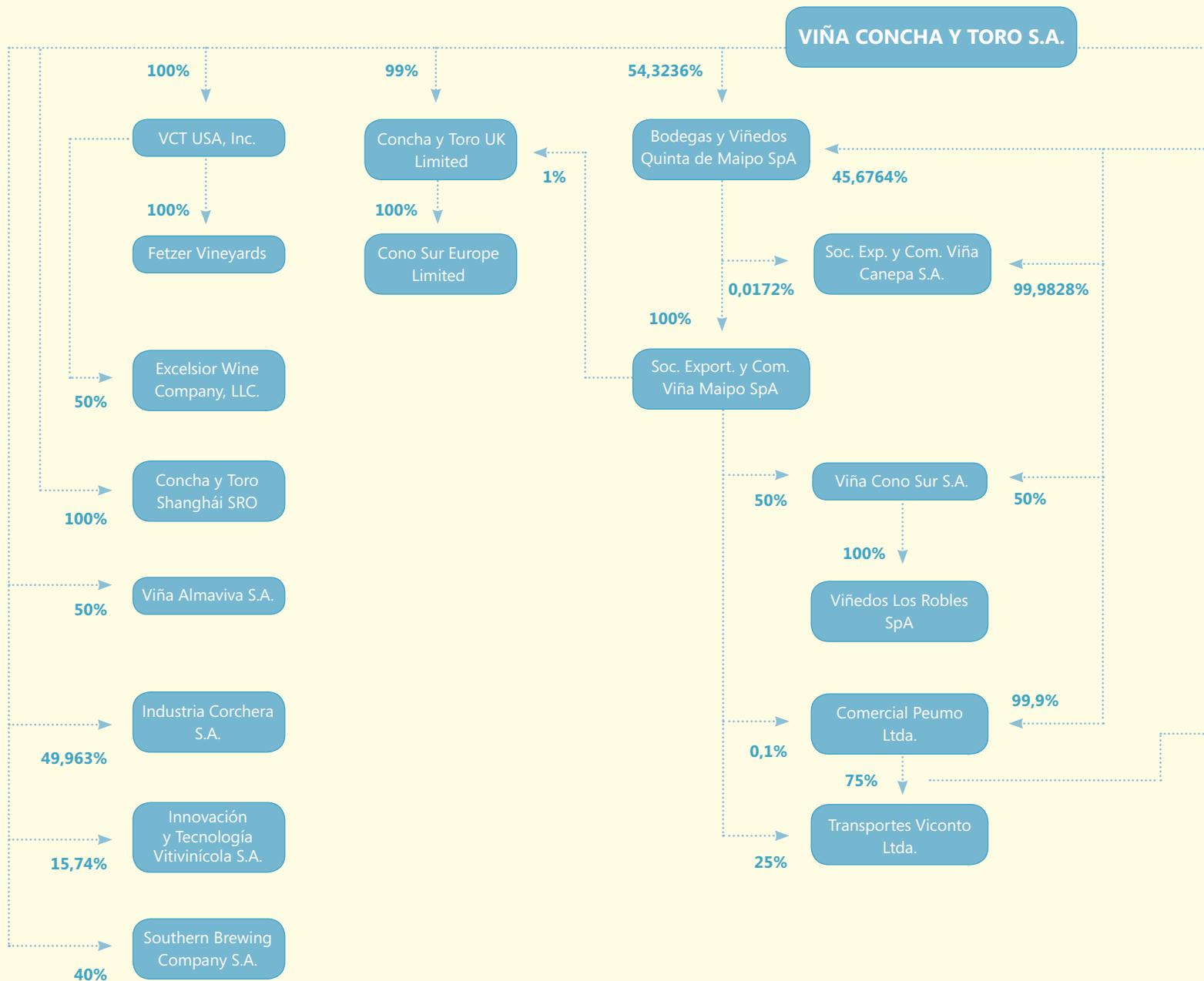


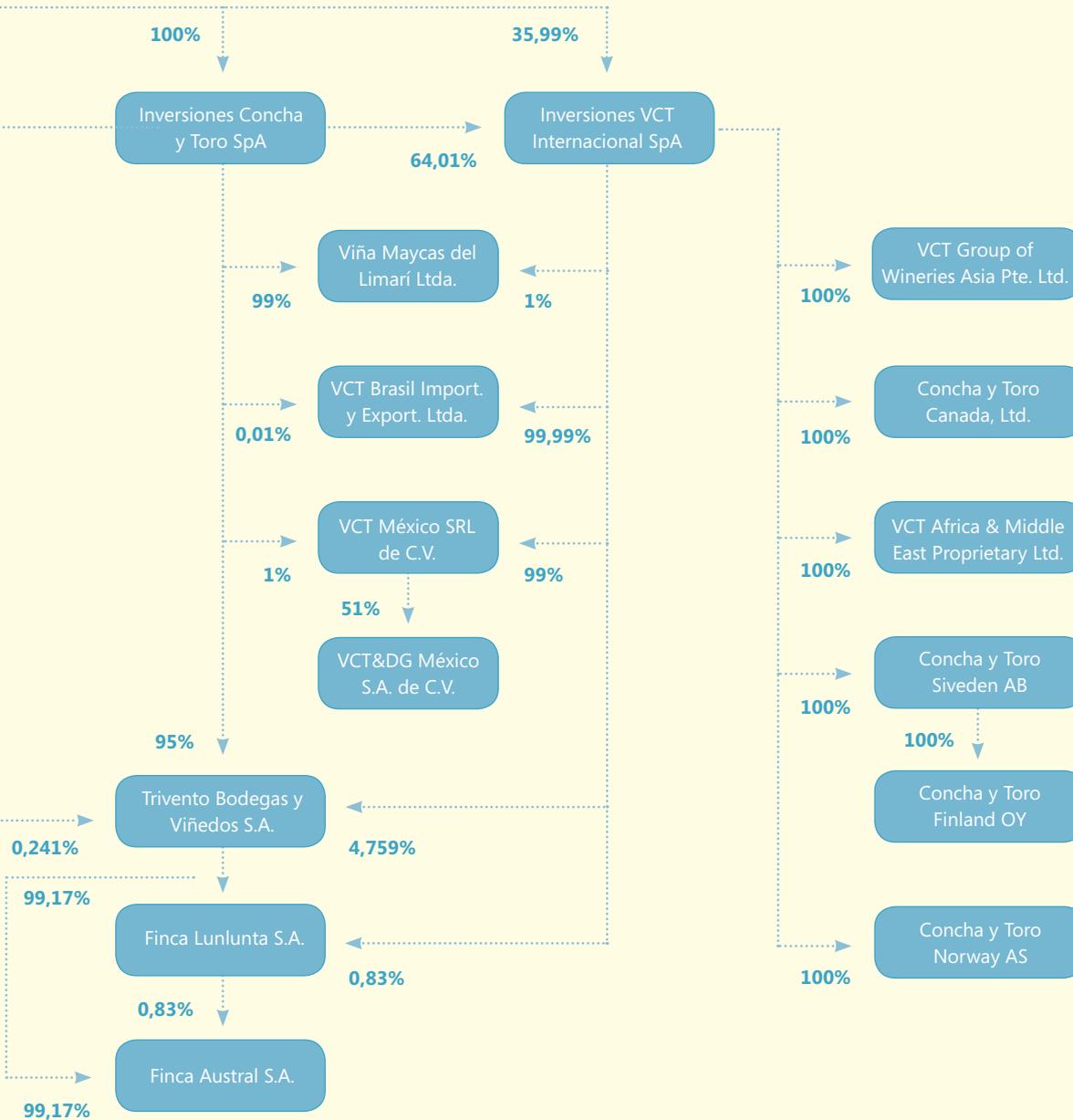
¹ Los porcentajes de participación han sido aproximados a un decimal. Mayor detalle en la Memoria Anual 2012

² Representada por las sociedades Rentas Santa Bárbara S.A. e Inversiones Totihue S.A., ambas sociedades anónimas cerradas, controladas en un 100%, directa o indirectamente por la Familia Guilisasti Gana.

Participación

Las filiales y empresas coligadas de Concha y Toro, junto al porcentaje de participación directa o indirecta de la propiedad son las siguientes:







3

VIÑA CONCHA Y TORO: DEL VIÑEDO AL PRODUCTO



Viña Concha y Toro ha profundizado constantemente su íntimo vínculo con la tierra. La incorporación de prácticas de manejo integrado de viñedos garantizan una producción de calidad y a la vez generan beneficios al entorno donde se emplazan.

**INVERNADERO
CONCHA Y TORO**



Viña Concha y Toro: Del Viñedo al Producto

Viñedos

Viña Concha y Toro posee 42 viñedos propios en los 7 principales valles productores de vino de la zona central, con un total de 8.025 hectáreas plantadas a diciembre 2012. Con ello, tiene acceso a una diversidad de suelos y climas, que le permiten desarrollar 23 variedades de vinos mejorando constantemente la calidad.

Los viñedos producen aproximadamente un 75% de variedades tintas, dentro de las cuales se destacan el Carbenet Sauvignon, Carmenere, Merlot, Pinot Noir y Syrah. En cuanto a las variedades blancas producidas se destacan el Sauvignon Blanc, Chardonnay y Viognier.

La zona central de Chile es considerada privilegiada para el cultivo de vides destinadas a la elaboración de vino de alta calidad. Esta área, caracterizada por sus valles de clima mediterráneo, se extiende por aproximadamente 500 kilómetros entre los paralelos 32° y 38° de latitud sur, coincidiendo con la banda de latitud donde se ubican las principales zonas vitivinícolas del mundo, como California, Australia y Francia.



INICIO DE VENDIMIA
2012





VALLE DE LIMARÍ
1.106 hectáreas plantadas

Las variedades más beneficiadas por su clima semiárido con fuertes influencia marítima son Chardonnay, Sauvignon Blanc, Syrah y Pinot Noir.



VALLE DE CURICÓ
677 hectáreas plantadas

Los suelos y clima de este valle lo hacen apto para el cultivo de una gran gama de vinos Premium.



VALLE DE CASABLANCA
376 hectáreas plantadas

Constituye una microzona excepcional para la producción de vinos blancos Premium, tales como Chardonnay y Sauvignon Blanc.



VALLE DEL MAULE
2.190 hectáreas plantadas

Los vinos que se producen a partir de estas uvas tienen un mayor contenido de alcohol. En las zonas de rulo se plantan un tipo de uva rústica llamada País, destinada al segmento de vinos populares del mercado interno.



VALLE DEL MAIPO
954 hectáreas plantadas

Este valle es conocido mundialmente por la excelencia de su vino tinto. Sus suelos son regados por aguas glaciales que fluyen desde la Cordillera de Los Andes, destacando un excepcional Cabernet Sauvignon.



VALLE DE COLCHAGUA - RAPEL
869 hectáreas plantadas

Su variedad de suelos permite el cultivo de un amplio rango de variedades y calidades de uvas, destacando en forma especial el Cabernet Sauvignon y el Carmenera.



VALLE DE CACHAPOAL - RAPEL
1.853 hectáreas plantadas

Su clima templado, en general sin heladas y con veranos cálidos, es adecuado para variedades de cepas que requieren cosecha tardía, tal como el Carmenera.





SUSTENTABILIDAD
CONCHA Y TORO

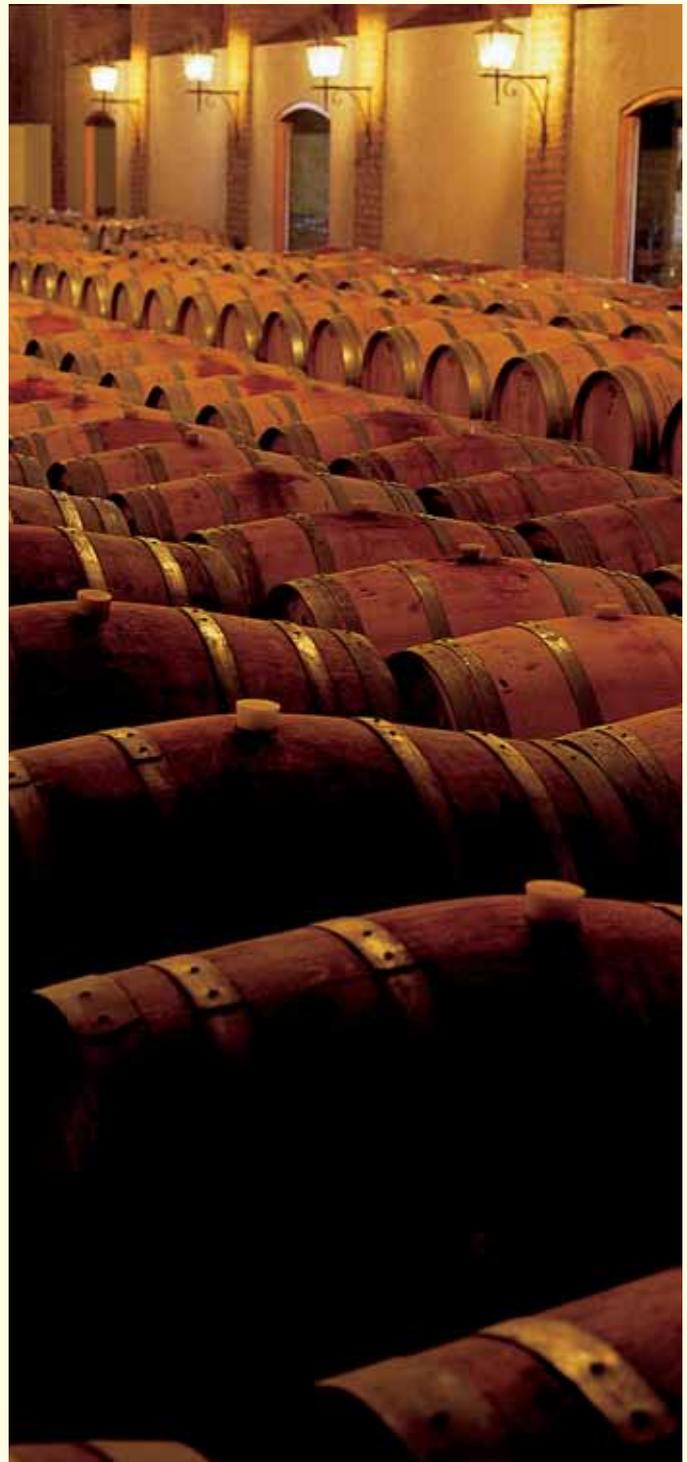


Bodegas y Plantas

Viña Concha y Toro posee 14 bodegas, distribuidas estratégicamente a lo largo de los principales valles vitivinícolas de Chile, a través de las cuales busca incrementar la eficiencia de los procesos enológicos y beneficiar la calidad de las uvas y vinos. Además, cuenta con 4 modernas plantas de envasado, ubicadas en Pirque (RM), Vespucio (RM), Lo Espejo (RM) y Lontué (VII Región).

La compañía utiliza una combinación de cubas de cemento con cubierta epóxica, estanques de acero inoxidable y barricas de roble americano y francés para fermentar, guardar y almacenar sus vinos. Los equipos utilizados para los procesos de cosecha, vinificación, guarda y elaboración son de alta tecnología a nivel mundial.

A diciembre de 2012, la capacidad total de vinificación y guarda en Chile fue de 361 millones de litros y 45 mil barricas.



CASILLERO DEL
DIABLO PIRQUE



Proceso Productivo

Teniendo en cuenta que los viñedos tardan entre tres y cuatro años en producir uva apta para el vino, pudiendo producir uvas viníferas por 40 años o más, Concha y Toro ha incorporado prácticas sustentables a lo largo de cada etapa de este proceso, desde la plantación hasta la vendimia.

Durante el proceso de producción de uva se siguen todos los estándares de calidad que la compañía ha establecido. Estos procedimientos también son implementados en productores de uva con los que la viña establece relación comercial.

Adicionalmente, durante 2012 se ha desarrollado proyectos relacionados con la actividad vitivinícola por los cuales la compañía ha recibido aportes provenientes del Estado de Chile en el marco de la Ley de Fomento al Riego y Drenaje, Ley 18.450. Dicho aporte asciende a \$65,8 millones, los cuales han sido deducidos del valor de las construcciones en curso e infraestructura de riego.

EC4



VENDIMIA DEL VINO
CHILENO CARMENERE:
DEL VIÑEDO A LA BODEGA



Proceso Productivo 2012

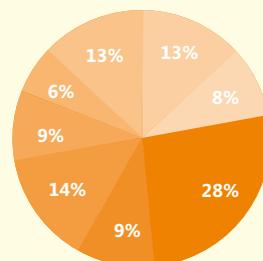


42 Fondos

8.025 Hectáreas plantadas

96,8 Millones de kilos de Uva Propia

% VARIEDADES COSECHADAS 2012



- Sauvignon Blanc
- Syrah
- Chardonnay
- Merlot
- Otros
- Carmenere
- Aspirant
- Cabernet Sauvignon

Vinificación



Proceso de fermentación controlada de la uva para obtener un resultado enológico óptimo.

- ◊ Incorporación de módulos tangenciales para filtrar el vino que no generan residuos.
- ◊ Los residuos orgánicos son reciclados para elaborar ácido tartárico y como compost para su reuso.
- ◊ Sanitización de estanques para prevenir incidentes de salud y seguridad.

14 Bodegas

231,4 Mill de litros Vinificados

Embotellado y Envasado



El vino se traslada en forma inocua desde las bodegas hasta las plantas para ser envasado.

- ◊ Certificación bajo las normas HACCP, BRC e IFS.
- ◊ Eficiencia energética en plantas.
- ◊ Uso de insumos certificados.

4 Plantas

240,7 Mill de litros Envasados

Distribución



Distribución a centros logísticos o exportación para llegar finalmente a la copa del consumidor.

- ◊ Reducción de la Huella de Carbono con el uso de botellas livianas.
- ◊ Ecoetiquetado (Sunrise).
- ◊ Información sobre consumo responsable.

137 Destinos

% LITROS VINIFICADOS 2012



% VENTAS 2012



2.2 **Portfolio de Productos****Concha y Toro**

Para que las personas compartan experiencias gratificantes y únicas Viña Concha y Toro ofrece un amplio portfolio de productos en cada segmento de mercado, de reconocida calidad y consistencia. Cada botella ofrece al consumidor la pasión por la excelencia en cada variedad, cosecha y marca de Concha y Toro.

La viña comercializa sus productos con marcas comerciales de su propiedad, debidamente registradas. Entre las principales marcas están Concha

y Toro, y las submarcas Gravas del Maipo, Carmín de Peumo, Don Melchor, Amelia, Terrunyo, Marqués de Casa Concha, Gran Reserva Series Riberas, Trio, Casillero del Diablo, Sunrise, Sendero y Frontera.

Entre la amplia variedad de vinos embotellados que ofrece la compañía en los segmentos de vinos Ultra Premium, Super Premium, Premium, Varietales, Bivarietales y Espumantes, destacan:

ÍCONO

Gravas del Maipo

Carmin de Peumo

Don Melchor

**ULTRA PREMIUM**

Amelia

Terrunyo

**SUPER PREMIUM**Marqués de
Casa Concha

Gran Reserva

**PREMIUM**

Trio

Casillero del
Diablo**VARIETALES**

Sunrise

Sendero

Frontera

**PORTFOLIO DE PRODUCTOS**

Enolia

Reúne a las viñas Canepa, Maycas del Limarí y Finca La Chamiza, esta última en Argentina. Su principal objetivo es fortalecer los vinos Premium de cada una de las viñas y trabajar en la construcción de marca, aprovechando las sinergias que se generan al trabajar de manera conjunta tres portfolios complementarios.

Entre la amplia variedad de vinos embotellados que ofrecen las tres viñas destacan:



Quinta de Maipo

Este proyecto se origina a partir de la integración comercial de Viña Maipo y Viña Palo Alto. Se centra en la innovación y el desarrollo de productos para distintos mercados alrededor del mundo. Cabe destacar el compromiso de Viña Palo Alto con el medio ambiente y su línea de vino Orgánico.

Los vinos más destacados de Quinta de Maipo son:



PALO ALTO
CORPORATE



VIÑA MAIPO
PROTEGIDO





Reconocimientos

El liderazgo de Concha y Toro queda demostrado mediante los principales reconocimientos³ recibidos durante el 2012.

- Marca de Vino más Admirada del Mundo, Revista Drinks Interational, UK.
- Winery of the Year, Wine & Spirits, USA.
- Certificación de Excelencia, Centro Turístico Pirque, TripAdvisor.
- Concha y Toro se encuentra entre las 10 empresas con mejor Reputación Corporativa en Chile, 3ª posición en el ranking por sectores, MERCOSUR.
- Distinción por la promoción del libre comercio y libre empresa con el mercado norteamericano, Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio.
- Líder en generación de valor en el sector vinícola en Chile, el ranking anual de EVA, ECONSULT, Chile.
- "Mejor Proveedor", Alko, Finlandia.
- The Mark of Positive Living, Positive Luxury.



RIO+20

Durante el año 2012, Viña Concha y Toro tomó la iniciativa de unirse a la Conferencia de las Naciones Unidas Río+20, ratificando su compromiso con la sustentabilidad global y convirtiéndose en la primera viña comprometida con el desarrollo sustentable presente en este evento.



³Estos son los principales reconocimientos obtenidos por Concha y Toro en 2012, para más detalle consultar la web <http://www.conchaytoro.com/>

| MARCA | MEDIO | RECONOCIMIENTO |
|---|------------------------------|---|
| GRAVAS DEL MAIPO | | |
| Syrah | 2008 | Wine Spectator, Octubre 2012 Wine Enthusiast, Junio 2012 Descorchados 2012 |
| | | 93 puntos 93 puntos & Editor's Choice 93 puntos |
| CARMÍN DE PEUMO | | |
| Carmenere Carmenere | 07/08 2008 | Robert Parker, Febrero 2012 Wine & Spirits, Junio 2012 Descorchados 2012 |
| | | 96 puntos / 95 puntos 94 puntos 95 puntos - Mejor Carmenere de Chile |
| DON MELCHOR | | |
| Cabernet Sauvignon Cabernet Sauvignon | 2007 2008 | Robert Parker, Febrero 2012 Wine Spectator, Octubre 2012 Wine Enthusiast, Junio 2012 Wine & Spirits, Junio 2012 |
| | | 94+ puntos 94 puntos - Daily Wine Picks 93 puntos & Editor's Choice 93 puntos |
| TERRUNYO | | |
| Carmenere Carmenere Cabernet Sauvignon Riesling | 2007 2008 2008 2011 | Robert Parker, Febrero 2012 Robert Parker, Febrero 2012 Wine & Spirits, Junio 2012 Descorchados 2012 |
| | | 93 puntos 93 puntos 93 puntos Mejor Otras Cepas Blancas |
| MARQUÉS DE CASA CONCHA | | |
| Carmenere Chardonnay | 2009 2009 | Wine & Spirits, Junio 2012 Wine Spectator, 2012 |
| | | Mejor Carmenere de Chile 1° Chardonnay Chileno en el Top 100 |
| GRAN RESERVA SERIE RIBERAS | | |
| Malbec Carmenere | 2011 2009 | Descorchados 2013, Octubre 2012 eRobertParker.com, Marzo 2012 |
| | | 91 puntos 90 puntos |
| CASILLERO DEL DIABLO | | |
| Cabernet Sauvignon Merlot Shiraz Sauvignon Blanc | 2010 2011 2011 2012 | Matthew Jukes, Febrero 2012 Berliner Wein Trophy - Alemania, Febrero 2012 Japan Wine Challenge, Septiembre 2012 CAV - Mesa de Cata, Noviembre 2012 |
| | | Finest Value Cabernet on the Planet Gold Medal Gold Medal 90 points - Best Value |

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS





4

GESTIÓN EN SUSTENTABILIDAD



Para Viña Concha y Toro, el compromiso con el entorno ambiental y social se hace visible a través del desarrollo de su Estrategia de Sustentabilidad, la que entrega una visión de largo plazo en esta materia y demuestra cómo la viña espera continuar trabajando por un futuro sustentable.

**VIDEO
SUSTENTABILIDAD 2012**



Gestión en Sustentabilidad

1.2

Concha y Toro incorpora la sustentabilidad en su visión corporativa, demostrando que su negocio se acoge a estos principios. La viña ha logrado consolidarse como una compañía de clase mundial en la industria del vino, impulsada por una política sostenida de inversión, crecimiento y globalización.

Para asegurar la sustentabilidad, la compañía cuenta con una política que considera el cuidado del medio ambiente desde el viñedo hasta el producto final. Del mismo modo, cuenta con un Código de Ética y Conducta que enmarca la relación de la compañía con sus trabajadores y su entorno social.

De acuerdo con las nuevas exigencias ambientales, Concha y Toro ha informado todos los compromisos ambientales en el Sistema de Carga Distribuida de Compromisos Ambientales (SCDCA) de la Superintendencia del Medio Ambiente y actualmente, se encuentra en proceso de formalización del principio de precaución que incluye una evaluación de la vulnerabilidad, los riesgos potenciales y las acciones para prevenirlos.

Lo anterior se materializa a través de los objetivos de los 6 pilares de la Estrategia de Sustentabilidad de Concha y Toro. Mientras que los pilares producto, clientes y cadena de abastecimiento velan por mantener el crecimiento y liderazgo global de la viña; los pilares personas y sociedad buscan generar valor compartido para la sociedad y sus stakeholders. Finalmente, el pilar medio ambiente apuesta a que la viña sea un referente en prácticas ambientales.

Para efectos de este reporte y entendiendo que la sustentabilidad consta de tres dimensiones (económica, social y ambiental), se ha definido agrupar los pilares estratégicos bajo cada una de éstas, quedando de esta manera los pilares de producto, clientes y cadena de abastecimientos bajo la dimensión económica y los pilares de personas y sociedad, bajo la dimensión social; mientras que el pilar medio ambiente se ha incluido bajo la dimensión ambiental de la sustentabilidad.

4.11





Grupos de Interés

4.15

En el marco del diagnóstico para la definición de la Estrategia de Sustentabilidad, se identificaron las partes interesadas internas y externas, al mismo tiempo que se mapearon y clasificaron de acuerdo al grado de dependencia e influencia de cada uno de estos grupos.

4.13

Como partes interesadas internas, se consideran aquellas que forman parte de la estructura organizacional de la empresa, mientras que las partes interesadas externas, son aquellas que se relacionan de manera indirecta con la empresa.

4.14

Partes interesadas internas:

- Accionistas e Inversionistas
- Trabajadores
 - » Permanentes y temporeros
 - » Sindicatos

Partes interesadas externas:

- Clientes
 - » Distribuidores
 - » Consumidores
- Proveedores
 - » Proveedores de insumos de packaging
 - » Proveedores de uva
 - » Transportistas
- Autoridades Gubernamentales Fiscalizadoras
 - » Servicio Agrícola Ganadero (SAG)
 - » Ministerio del Trabajo
 - » Organismos públicos
- Comunidades Locales
 - » Municipios
- Asociaciones locales
- Gremios y Asociaciones
 - » Vinnova
 - » Wines of Chile

Membresía y Asociaciones

Como parte del relacionamiento con sus partes interesadas externas, Concha y Toro forma parte y/o colabora con:

MEMBRESÍAS Y ASOCIACIONES

| | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| Water Footprint Network (WFN) | May Day Network |
| Bolsa de Clima de Santiago (SCX) | Instituto de Ecología y Biodiversidad |
| Corporación Nacional Forestal (CONAF) | Chile Enter |
| Corporación Esperanza | Fundación Casa Básica |
| Drinkaware (Organización británica) | Asociación de Vinos de Chile |



Mecanismos de Diálogo

La compañía es consciente de la importancia de mantener y establecer una comunicación fluida con los grupos de interés con el fin de mejorar su percepción y expectativas respecto de la viña. Concha y Toro ha implementado y sigue desarrollando canales de diálogo específicos para cada uno de ellos. En la siguiente matriz se presentan los mecanismos de comunicación con los que cuenta la compañía para cada uno de los distintos grupos de interés:

| GRUPO DE INTERÉS | CÓMO NOS COMUNICAMOS |
|----------------------|--|
| Distribuidores | <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter mensual "Mailing Concha y Toro" • Revista "Focus On" • Web corporativo |
| Consumidores | <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma de medios sociales (Concha y Toro Fans) • Encuesta de satisfacción al cliente • Sitios y plataformas sociales en internet de las principales marcas |
| Inversionistas | <ul style="list-style-type: none"> • Información financiera permanente en sitio el web corporativo • Memoria Financiera • Formulario 20-F |
| Industria y Gobierno | <ul style="list-style-type: none"> • Participación en instancias gremiales |
| Trabajadores | <ul style="list-style-type: none"> • Revista interna "Nuestra Viña" • Boletín de RRHH "Nuestra Gente" • Boletín Sustentable |

Concha y Toro dispone de canales para acoger las inquietudes de sus grupos de interés, destacando el contacto vía web y el sistema de denuncias anónimas sobre aspectos referentes al Código de Ética y Conducta.

En el transcurso de la elaboración de la Estrategia de Sustentabilidad, se mantuvo un proceso de comunicación con las partes interesadas para identificar sus expectativas en materia de sustentabilidad e incorporarlas en el desarrollo del marco estratégico.



4.16

4.17

Estrategia de Sustentabilidad

Para Concha y Toro liderazgo y sustentabilidad van de la mano. Para seguir creciendo en los mercados globales, la compañía considera imprescindible disminuir la huella ambiental y generar valor compartido para la sociedad y las partes interesadas. Por lo anterior, Concha y Toro ha incorporado la sustentabilidad en su visión corporativa, definiéndola como un elemento esencial, un valor necesario para alcanzar el liderazgo a nivel global.

La viña ha definido la sustentabilidad en torno a 6 pilares estratégicos, los cuales fueron seleccionados en base a un análisis de sus temáticas y stakeholders más relevantes. Mediante sus objetivos cada pilar aporta a que la viña alcance su visión:

- **Producto:** Ofrecer productos de excelencia que generen la mejor experiencia a nuestros consumidores.
- **Clientes:** Crear partnerships con nuestros clientes.
- **Cadena de Abastecimiento:** Ser un socio para nuestros proveedores.
- **Personas:** Contar con colaboradores altamente comprometidos.
- **Sociedad:** Crear valor compartido para la sociedad.
- **Medio Ambiente:** Ser referente para la industria en prácticas ambientales.

Para dar seguimiento a la implementación de la estrategia, Concha y Toro ha conformado un Comité Ejecutivo de Sustentabilidad en el cual participan los ejecutivos que lideran los distintos pilares, el Gerente General y el área de Desarrollo Sustentable que actúa como coordinador del comité. De este modo, la sustentabilidad se transforma en un componente esencial que permite diferenciar y posicionar a Concha y Toro como referente de la industria en los mercados globales.



“Retribuir en cada botella lo que la tierra nos ha dado”

SUSTENTABILIDAD EN VIÑA CONCHA Y TORO

Para profundizar en el contenido de la Estrategia de Sustentabilidad visitar www.conchaytoro.com



Desempeño Económico

El año 2012 fue particularmente difícil para la industria del vino. Los mercados más importantes mostraron una débil situación económica, a lo que se sumaron alzas en el costo de la materia prima y una situación cambiaria desfavorable para las monedas en las que comercializa la compañía.

Las ventas consolidadas del Holding Concha y Toro crecieron un 6,6% respecto del año anterior, alcanzando \$450.545 millones. El volumen global comercializado también mostró un incremento de un 1,8% llegando a 30,2 millones de cajas.

El valor económico directo generado y distribuido para el año 2011 y 2012 ha sido:

| VALOR ECONÓMICO | (M\$) 2011 | (M\$) 2012 |
|--|--------------------|--------------------|
| VALOR ECONÓMICO GENERADO | 453.154.451 | 466.211.665 |
| Ingresos de actividades ordinarias | 422.735.429 | 450.544.557 |
| Otros ingresos | 30.419.022 | 15.667.108 |
| VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO | 402.672.061 | 435.908.615 |
| Costos de operación | 352.724.057 | 379.499.830 |
| Salarios y beneficios trabajadores propios | 33.767.840 | 42.851.451 |
| Inversión en medio ambiente, seguridad y salud ocupacional | 3.064.068 | 3.049.952 |
| Inversión comunitaria | 75.304 | 41.900 |
| Gasto por impuesto a las ganancias | 13.040.792 | 10.465.482 |
| VALOR ECONÓMICO RETENIDO | 50.482.390 | 30.303.050 |



ECL



Asimismo, las exportaciones desde Chile y ventas de filiales en el exterior crecieron un 5,6% respecto del año anterior alcanzando US\$577 millones y el volumen aumentó un 3,1% con 19,5 millones de cajas. Este resultado se debe a un alza de 2,4% del precio promedio de exportación, llegando a US\$29,6 por caja.

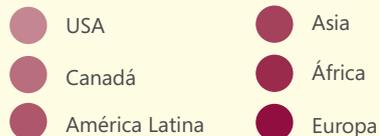
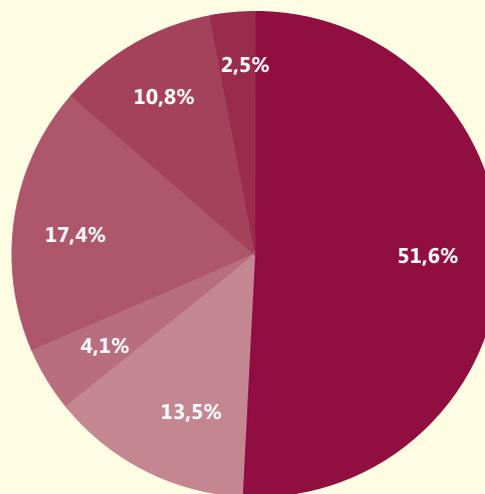
El crecimiento que ha experimentado Concha y Toro refleja un importante acierto en la estrategia que se ha llevado adelante, lo cual prioriza el crecimiento en valor por sobre el aumento en volumen comercializado el cual se enfoca en la categoría premium y superiores del portfolio.

Las exportaciones por áreas geográficas para los años 2011 y 2012 fueron:

| EXPORTACIONES POR ÁREA | N° DE CAJAS (M) | | % DEL TOTAL | |
|------------------------|-----------------|---------------|-------------|-------------|
| | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 |
| Europa | 9.490 | 10.061 | 50,2% | 51,6% |
| USA | 2.773 | 2.628 | 14,7% | 13,5% |
| Canadá | 803 | 807 | 4,2% | 4,1% |
| América Latina | 3.612 | 3.391 | 19,1% | 17,4% |
| Asia | 1.742 | 2.112 | 9,2% | 10,8% |
| África | 485 | 493 | 2,6% | 2,5% |
| TOTAL | 18.905 | 19.493 | 100% | 100% |

El mercado que mostró mayor dinamismo en 2012 fue Asia, favorecido por el creciente consumo y la incorporación de nuevos consumidores. El volumen exportado a la región mostró un sólido aumento de un 21%. China lideró el crecimiento (56%) seguido de Singapur (30%), Corea (26%), Japón (20%) y Hong Kong (14%).

% VENTAS (CAJAS) EN 2012



En Europa, el volumen comercializado creció un 6%, destacando el resultado en Reino Unido (8,5%) y en las filiales nórdicas (6%).

Mayor desafío presentó el mercado estadounidense, donde las ventas cayeron un 5% principalmente en el competitivo segmento comercial entre los US\$5 y los US\$7 por botella a público.

Para asegurar el crecimiento de la compañía, Concha y Toro ha enfocado su Estrategia de Sustentabilidad, relativa a los aspectos económicos, en torno a tres pilares: producto, cadena de abastecimiento y clientes.

Producto



Ofrecer productos de excelencia que generen la mejor experiencia a los consumidores, mediante un portfolio de marcas y vinos que permitan satisfacer a los consumidores actuales e innovar adaptándose a futuras tendencias de consumo.



De acuerdo a lo planteado en la Estrategia de Sustentabilidad, los temas a potenciar en este pilar estarán enfocados principalmente a desarrollar inteligencia de mercado permanente, identificar e incluir atributos de sustentabilidad a las distintas marcas de la compañía y a implementar un plan para comunicar dichos atributos al consumidor.



Tendencias e Innovación

En el desarrollo de sus vinos, Concha y Toro siempre busca responder a las expectativas de sus clientes. Por esto, la compañía selecciona insumos cuyas características estén alineadas con el posicionamiento de la marca y las exigencias de los mercados.

Por lo anterior, Viña Concha y Toro amplió sus investigaciones en los sectores dentro de las grandes cuencas hidrográficas percatándose que presentaban un mayor índice de frescor para el cultivo de la vid. Mediante el “Análisis de los terroir de riberas de Chile”, encargado a la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile, se pudo confirmar la presencia de importantes índices de frescor en los viñedos cercanos a cuencas de río. Dicho frescor es esencial ya que permite una madurez lenta y controlada de la uva, provocando que los sabores y aromas sean más complejos, concentrados y elegantes. Por sus condiciones topográficas y considerando que la temperatura en el valle central aumentará en el tiempo y los recursos hídricos disminuirán, estas cuencas se convierten en importantes corredores de aire frío que penetran desde el Océano Pacífico o que baja de la Cordillera de Los Andes.

Mediante la investigación y la innovación, Concha y Toro ha sabido detectar una oportunidad generada por el cambio climático, puesto que a futuro las cuencas hidrográficas se convertirán en verdaderos refugios de producción vitivinícola de calidad.

GRAN RESERVA
SERIE RIBERAS



Calidad

Ofrecer a sus clientes un producto con la máxima calidad supone una mejora constante para la viña. Por ello, en el año 2002, la compañía elaboró su primera política de calidad, la cual fue actualizada en el año 2010:



POLÍTICA DE CALIDAD

Viña Concha y Toro S.A. aspira a ser una de las marcas globales que lideran la industria Vitivinícola. Para lo cual reitera su compromiso de conducir y mejorar continuamente sus relaciones comerciales con clientes, productores y proveedores, así como sus operaciones y sistemas en todas las etapas de colaboración, distribución y venta, preservando siempre el medio ambiente y velando permanentemente por la calidad, inocuidad, legalidad y excelencia de nuestros productos, todo ello enmarcado en valores éticos de conducta.

Nos hemos propuesto comprender más y mejorar las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, satisfaciendo oportunamente sus requerimientos y esforzándonos permanentemente para cumplir y superar lealmente sus expectativas.

Nuestros esfuerzos están orientados en proteger eficazmente la salud e integridad de nuestros trabajadores, promoviendo la calidad de vida en un ambiente y clima de trabajo alegre, constructivo y seguro.

Bajo el marco de la Política de Calidad todo nuevo proyecto de Concha y Toro considera las reglas básicas de seguridad alimentaria y calidad cumpliendo con los procedimientos establecidos por la compañía. Para garantizar la inocuidad, legalidad y calidad, la compañía ha obtenido la certificación HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), BRC (British Retail Consortium), IFS (International Food Standard) para las 4 plantas de envasado. De esta forma se logra contener cualquier riesgo potencial para la inocuidad del producto dando tranquilidad a los clientes.



Marketing Responsable

PR1

Concha y Toro incorpora iniciativas innovadoras para mantener un sistema de comunicación respetuoso con el entorno. Por lo cual, la compañía investiga sobre el origen de los materiales utilizados en el merchandising, hecho que ha permitido la incorporación de nuevos elementos con tecnologías como Stonepaper³.

Algunas de las bolsas que se entregan en el Centro Turístico Pirque utilizan Stonepaper.

³Se trata de un papel de origen mineral fabricado en base a carbonato de calcio por lo que no utiliza árboles para su elaboración.

En Chile, la compañía participa de la Asociación Gremial Chilena de Empresas de Bebidas Espirituosas Pro Consumo Responsable, (APROCOR). Formada por los principales representantes de bebidas alcohólicas que operan en Chile, tiene como finalidad crear conciencia sobre los efectos del consumo excesivo de alcohol y fomentar la responsabilidad de las personas.

PR6

Además, a nivel digital ha implementado ciertas políticas, como el filtro para el ingreso al sitio web de la compañía, en el cual los usuarios deben declarar su mayoría de edad. Esta misma política también se aplica para actividades de marketing.

Una iniciativa emprendida por la compañía fue la introducción del ecoetiquetado, el cual incorpora en la contra etiqueta información acerca de la huella de carbono, la huella de agua y la cantidad de material reciclado contenido en cada botella.



Actualmente, la compañía cuenta con una licencia promocional PEFC, que le permite transmitir su compromiso con insumos provenientes de bosques con manejo sustentable (PEFC-24-44-900).

SUNRISE | CABERNET SAUVIGNON
Rise to the Sun

CO₂ 0,286Kg. 25% H₂O 71,6 lbs.

SUSTAINABILITY INDEX 1 per copa/per cup 125ml

■ This powerful red wine has violet hues and juicy blackberry notes. Strong, intense and with personality, just like you. Enjoy with friends and try it with juicy grilled hamburgers, steaks, or Mexican beef fajitas. Serve at 15-20°C.

■ Dieser Rotwein präsentiert sich im Glas in satterm Rot mit vollsten Reifeeien und verführt mit saftigen Brombeerearomen - kraftvoll, intensiv und mit Charakter. Genießen Sie ihn mit Freunden zu saftig gegrieten Hamburgern, Steaks oder mexikanischen Fajitas. Serviertemperatur: 15-20°C.

■ C'est un vin rouge puissant aux reflets violacés et aux notes de mûres juteuses. Ce cabernet-sauvignon est fort intense et ovec du caractère. Vin convivial à déguster entre amis. Il sera parfait en accompagnement de viandes grillées, steaks ou fajitas mexicaines. A servir entre 15°C et 20°C.

VALLE CENTRAL
Imported in England by Concha y Toro (UK) Ltd.,
Oxfordshire England OX2 0EL, U.K.
Valley Vineyard
Produced and Bottled in Chile by WU COCHAYTTU SPA,
Viña Subercaseaux 21, Pique - Chile

75 cl 13%vol
WINE OF CHILE

SCP
7 804320 349114

Drink Responsibly
UK Government recommends not to
drink alcohol heavily
18+ only
15-20°C
www.conchaytoro.com

WE WANT THE
WORLD TO ALWAYS
ENJOY A SUNRISE





Durante 2011 se realizó la neutralización de emisiones de CO₂ de Sunrise utilizando la metodología de Análisis de Ciclo de Vida (ACV), desde la producción en el campo hasta el distribuidor. Esta información es comunicada a través de un collarín y un autoadhesivo, ambos neutralizados, los cuales despliegan información detallada.

Por otra parte, Concha y Toro cumple con distintas normativas referentes al etiquetado en los mercados donde opera. En algunos destinos como la Unión Europea, EEUU y Canadá, se exige detallar el contenido de sulfitos en el etiquetado. En la mayoría de los países de Latinoamérica se incorporan citas sobre el consumo responsable de alcohol. En la Unión Europea se incorporan logos de reciclaje del Punto Verde, Símbolo Tidyman, "Reusar, Reducir y Reciclar" o el logo 'Recycle Now', fomentando el reciclaje entre los consumidores. En algunos países se incorpora un mensaje de consumo responsable hacia mujeres embarazadas y recomendaciones de consumo máximo diario para adultos.

| | | | | |
|---|---|-----------------|---|---|
|  | Please Drink Responsibly UK Government recommends adults do not regularly exceed: | |  |  |
| | Men | 3-4 units a day | | |
| | Women | 2-3 units a day | | |
| www.drinkaware.com | | | | |

| | | |
|---|--|---|
|  |  |  |
|---|--|---|

Durante el periodo reportado, la compañía no ha recibido multas o sanciones por el incumplimiento normativo relacionado con el etiquetado de los vinos, por parte de entidades gubernamentales de los países donde Concha y Toro opera.

PR1

PR3

PR4

Cientes



Ser un referente para nuestros importadores por la capacidad de entendimiento de los mercados y sus necesidades, dada nuestra experiencia global.



Los clientes son uno de los ejes centrales de la viña, por lo que extender la gestión de sustentabilidad en esta dirección es una tarea prioritaria. En los siguientes años, el esfuerzo estará concentrado en implementar un código de prácticas sustentables en la relación con clientes, además del establecimiento de programas permanentes de difusión de las prácticas de la viña, de manera que los clientes puedan tener información detallada sobre nuestras iniciativas.

La compañía comercializa sus vinos a través de sus filiales y distribuidores independientes cumpliendo con los estándares de información y etiquetado requeridos por los clientes de los 137 países de destino y al mismo tiempo vela por una publicidad responsable y consecuente con los valores que inspiran a la compañía.

Eficiencia Sustentable en Cadena de Supply

Concha y Toro quiere centrar sus esfuerzos futuros en conocer los requerimientos de sus clientes. Por este motivo, la viña se ha propuesto evaluar la totalidad de sus principales clientes con el fin de disponer de mayor conocimiento de los mismos y poder satisfacer sus demandas en materia de sustentabilidad.

Transferencia de Conocimiento

Además, mediante dicha evaluación se pretende identificar oportunidades de mejora para transferir mejores prácticas comerciales y sustentables. Para esto, se pretende implementar un código de buenas prácticas comerciales y un protocolo de prácticas sustentables, en base a iniciativas propias y a los requerimientos de mercado.



1.2



1.2



A modo de ejemplo, durante Mayo 2012 se realizó la Convención Corporativa de Distribuidores - Latinoamérica y el Caribe, ocasión donde la viña convoca a sus principales clientes de la zona.

VIDEO CONVENCIÓN CORPORATIVA DE DISTRIBUIDORES



En donde, además, se dieron a conocer las iniciativas de sustentabilidad de la viña.



Transparencia e Información

Concha y Toro considera indispensable la transparencia con sus clientes y la transferencia de información sobre sus buenas prácticas en sustentabilidad.

Con el objetivo de difundir las prácticas sustentables realizadas por la viña, se lanzó la campaña "To communicate less waste without adding more waste" en el Reino Unido con el objetivo de informar sobre el menor consumo de energía en la producción y transporte de las botellas livianas de Sunrise y Frontera.

Por otra parte, desde 2007 la compañía ha sido sujeto de auditorías éticas solicitadas por clientes, quienes han manifestado su interés en esta materia. La viña ha sido evaluada por empresas auditoras acreditadas y seleccionadas por los mismos clientes bajo los estándares Smeta, Walmart, entre otros.

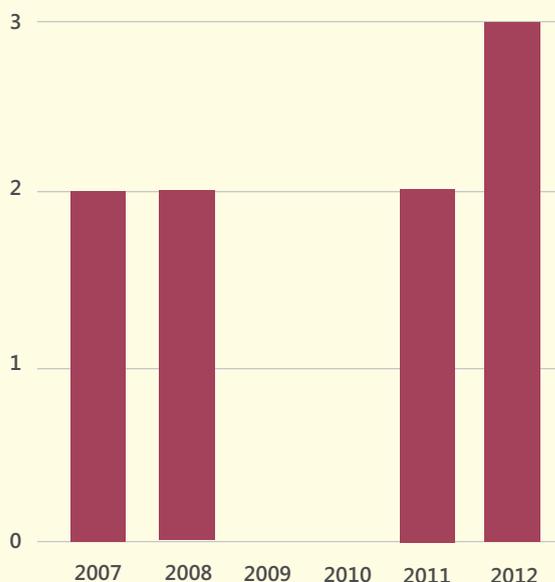
A diciembre 2012, se han realizado 9 auditorías éticas en la viña, 5 de las cuales se realizaron entre 2011 y 2012. Todas las auditorías se han realizado en Planta Pirque, ámbito envasado. Las auditorías se han ejecutado sin ningún reparo por parte de la viña y los planes de acciones correctivas se han implementado acorde a los plazos establecidos.



Se espera que a futuro este tipo de auditorías se haga extensiva a otras plantas de envasado e incorpore nuevos procesos (bodegas y viñedos) al escrutinio de clientes.

A continuación, se muestra gráficamente la evolución del tema en la viña.

RESUMEN DE AUDITORÍAS ÉTICAS VIÑA CONCHA Y TORO 2007 - 2012



Fuente: Auditorías Corporativas, marzo 2013

SEDEX



ETHICAL TRADING INITIATIVE



Cadena de Abastecimiento



Ser un socio para los proveedores, generando un vínculo de confianza y transparencia con ellos.



Se continuará trabajando en disminuir la cantidad de desecho generado por los productos en el post consumo. Para ello, en conjunto con nuestros proveedores, se avanzará en la generación de planes para reducir el peso de nuestros insumos e incorporar materiales cada vez más amistosos con el medio ambiente. Se espera continuar conociendo y reduciendo la huella de CO₂ de los insumos y conocer con más profundidad las prácticas ambientales y sociales de los proveedores de la viña.

La viña considera a los proveedores como socios estratégicos del negocio. Por lo que procura hacer extensiva hacia toda la cadena de abastecimiento la misma impronta de excelencia y calidad que inspira a la compañía. Al mismo tiempo busca mantener una relación cercana y un diálogo transparente y fluido con las empresas que forman parte de la cadena de abastecimiento y además las apoya en la implementación de iniciativas de eficiencia operacional o mejora de servicios y productos. Asimismo, alienta a un grupo de proveedores a medir su huella de carbono y los acompaña en dicho proceso.

HR5

HR6

HR7

La compañía promueve que las empresas proveedoras trabajen con principios éticos en línea con los principios de Concha y Toro establecidos en el Código de Conducta de Proveedores, siendo aplicable a todos los proveedores y contratistas de la viña, así como a sus respectivos empleados, agentes y subcontratistas.

La principal disposición de este Código es que todo proveedor deberá cumplir las normas legales vigentes en las localidades donde se llevan a cabo sus operaciones, y además, adherirse a las regulaciones contenidas en el Código de Ética y Conducta.

EC6

Proveedores

Concha y Toro selecciona a sus proveedores de uva en base a criterios técnicos referentes a la calidad de uva en función de la variedad de vino a elaborar. El procedimiento de compra a proveedores de uva se realiza de forma directa con el productor, mediante un corredor que selecciona los proveedores o mediante la compra a un comercializador.

En el caso de proveedores de insumos de packaging, priman los parámetros de calidad, servicio y precio. Aproximadamente, el 87% de los principales proveedores de packaging de Concha y Toro son nacionales, mientras que el 13% restante son internacionales.

| PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS | | |
|-----------------------------------|------------------------------|---------|
| Pagos a proveedores (MM\$) | | 344.817 |
| Nº Proveedores | Nacionales de uva | 862 |
| | Nacionales de envasados | 73 |
| | Internacionales de envasados | 11 |



El Código de Conducta de Proveedores busca asegurar que se cumplan a cabalidad diversos estándares normativos y éticos en la cadena productiva. Entre los temas abordados destacan:

- La prohibición de toda forma de trabajo infantil.
- La libertad de asociación y sindicalización.
- El cumplimiento de jornadas y salarios.
- El aseguramiento de condiciones de salud y seguridad en el trabajo.
- El resguardo de la calidad y seguridad de los productos.
- Prohibición de toda forma de trabajo forzado.
- El cuidado del medio ambiente.

Como se indica en el Código de Conducta de Proveedores, Concha y Toro vela por el cumplimiento de los Derechos Humanos. Durante el periodo reportado, se firmaron 4 contratos de gran envergadura por la compra de insumos, tres de éstos correspondientes a renovaciones y uno nuevo. Si bien los contratos realizados no contienen cláusulas específicas sobre Derechos Humanos, Viña Concha y Toro envía su Código de Proveedores, el cuál contiene disposiciones específicas sobre Derechos Humanos a cada proveedor para que sea revisado y firmado en señal de cumplimiento.



Insumos

La gran cantidad de insumos utilizados en el proceso productivo requiere de una gestión eficiente para minimizar el impacto tanto en la elaboración como en el post consumo.

PR3

A modo de ejemplo, se tiene que las cajas y las etiquetas provienen de Chile; las botellas principalmente de Chile y algunas de Francia; los corchos de Portugal, las cápsulas de Argentina, Chile y España; las tapas rosca de Chile y Canadá; los BIB procedentes de Francia y Chile respectivamente; y finalmente los envases Tetra Pak provienen de Chile y Argentina. Por lo anterior, Concha y Toro trabaja en conjunto con sus proveedores para minimizar la cantidad de materia prima contenida en los insumos.

EN26

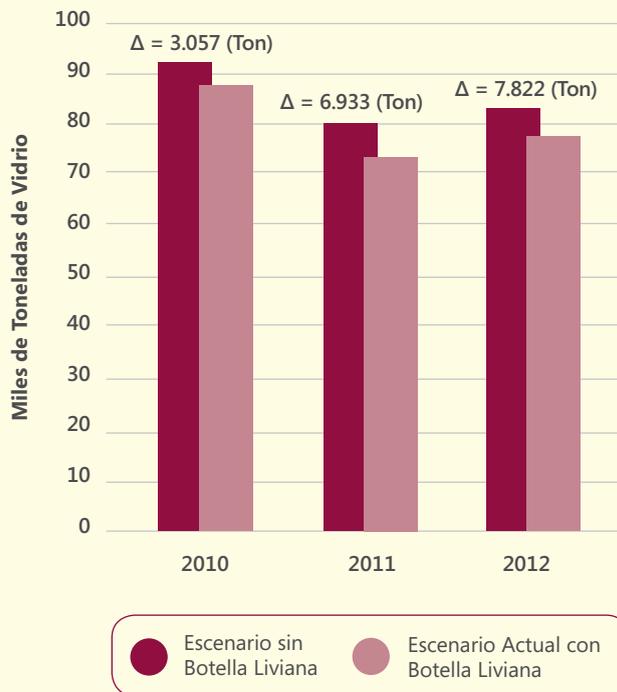
De la producción total de la viña aproximadamente el 23% está destinado al mercado nacional. De este volumen, gran parte corresponde a envases Tetra Pak que contienen un porcentaje de material reciclado. Para el 77% restante destinado al mercado internacional, la compañía ha incorporado en sus líneas de producción botellas más livianas, denominadas Ecoglass, producidas por Cristalchile, cuya composición incluye un 25% de vidrio reciclado.

Desde su introducción masiva en 2010, la reducción del peso en botellas, ha permitido disminuir el consumo de vidrio en 17.812 toneladas.

CRISTAL CHILE

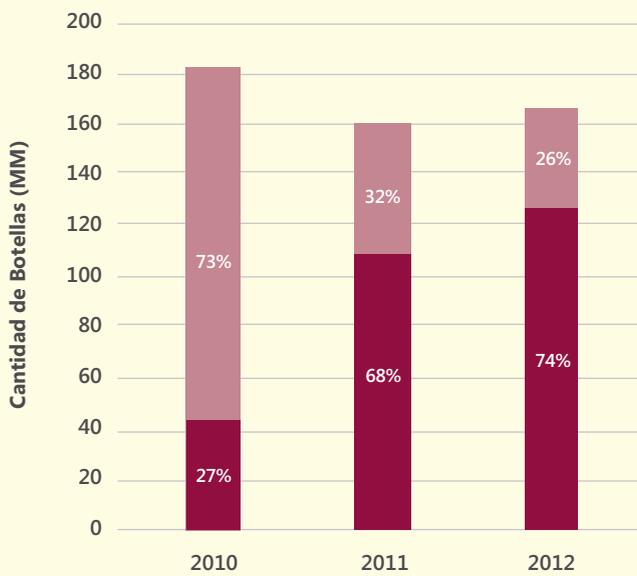


ESCENARIOS: ACTUAL V/S SIN BOTELLA LIVIANA



| AÑO | ESCENARIO ACTUAL (Toneladas) | ESCENARIO SIN BOTELLA LIVIANA (Toneladas) |
|------|------------------------------|---|
| 2010 | 89.295 | 92.352 |
| 2011 | 73.454 | 80.387 |
| 2012 | 76.598 | 84.419 |

BOTELLAS UTILIZADAS



| AÑO | TOTAL BOTELLAS (Millones) | BOTELLAS LIVIANAS (Millones) |
|------|---------------------------|------------------------------|
| 2010 | 183,1 | 48,6 |
| 2011 | 161,5 | 109,3 |
| 2012 | 170,9 | 126,8 |



Asimismo el peso promedio de las botellas ha experimentado una baja significativa en el periodo. Durante 2012, el peso promedio de una botella en Viña Concha y Toro es aproximadamente 10% menor al valor de 2010. Esto se debe a que en 2012, el 74% del portfolio de vinos de Concha y Toro utiliza este formato.

SUNRISE ECOGLASS



| PESO PROMEDIO DE BOTELLAS | 2010 | 2011 | 2012 |
|------------------------------|-------|-------|-------|
| Vidrio (Miles de Toneladas) | 89,2 | 73,5 | 76,6 |
| Botellas (Millones Unidades) | 183,1 | 161,5 | 170,9 |
| Peso unitario (gr/botella) | 488 | 455 | 448 |

EN 26

Concha y Toro utiliza este tipo de botella Ecoglass, en promedio un 14% más liviana que la tradicional, permitiendo que durante el proceso de producción se consuma menos energía y en la distribución se reduzca el consumo de combustible relativo al transporte tanto a mercados nacionales como extranjeros y, por lo tanto, se consiga una importante disminución de los gases de efecto invernadero. Este proyecto comenzó a desarrollarse para las líneas de

vino varietales en el año 2009. Posteriormente, en el año 2010 se amplió a Casillero del Diablo y en 2011 a Marqués de Casa Concha. Actualmente un 92% del total de botellas de 750cc utilizan este formato.

En comparación con el año anterior, el porcentaje de botellas livianas en el formato de 750cc aumentó un 12%. En promedio Viña Concha y Toro utilizó un 16% más de botellas livianas respecto al año anterior.

| BOTELLAS LIVIANAS UTILIZADAS | 2011 | | 2012 | |
|------------------------------|-------|----------------|-------|----------------|
| | 750cc | TOTAL BOTELLAS | 750cc | TOTAL BOTELLAS |
| Total Botellas (Millones) | 124,3 | 161,5 | 133,2 | 170,9 |
| Botellas Livianas (Millones) | 109,3 | 109,3 | 122,5 | 126,8 |
| % Botellas Livianas | 88% | 68% | 92% | 74% |

Uso de Materiales

El constante crecimiento de la viña requiere la utilización de variados insumos para su operación. Es por esto que la compañía busca de manera permanente la forma de optimizar el uso de insumos y materias primas. A continuación se presentan los principales insumos utilizados en el periodo reportado.

| UNIDADES UTILIZADAS (MILLONES) | | | |
|--------------------------------|-------|-------|---------------|
| INSUMOS | 2011 | 2012 | VARIACIÓN (%) |
| OPERACIONES | | | |
| Botella | 161,5 | 170,9 | 5,8 |
| Etiquetas | 424,9 | 434,1 | 2,2 |
| Corchos | 95,8 | 88,2 | -7,9 |
| Cápsulas | 97,7 | 91,8 | -6,1 |
| Tapas | 96,2 | 96,4 | 0,3 |
| BIB | 2,4 | 2,7 | 15,6 |
| Envases Tetrapak | 34,9 | 32,2 | -7,7 |
| Cajas | 21,7 | 22,2 | 2,1 |
| Tabique | 17,2 | 18,2 | 5,5 |



EN1

**PESO O VOLUMEN UTILIZADO**

| INSUMOS | UNIDADES | 2011 | 2012 | VARIACIÓN (%) |
|--------------------------------|----------------|-------|-------|---------------|
| UVA | | | | |
| Propia | Millones de kg | 82,5 | 96,8 | 17,3 |
| Terceros | Millones de kg | 171,5 | 204,8 | 19,4 |
| ENOLOGÍA | | | | |
| Aditivos | t | 493,8 | 555,4 | 12,5 |
| Productos Filtrantes | t | 638,8 | 643,3 | 0,7 |
| Gases | t | 825,8 | 892,3 | 8,1 |
| Productos Lavado Higienización | t | 255,9 | 276,7 | 8,1 |
| Preservantes | t | 161,5 | 189,7 | 17,5 |
| Nutrientes | t | 62,8 | 84,0 | 33,7 |
| Clarificantes | t | 78,1 | 73,4 | -6,0 |

PESO O VOLUMEN UTILIZADO

| INSUMOS | UNIDADES | 2011 | 2012 |
|-----------------|----------------|-----------|-----------|
| AGRÍCOLA | | | |
| Fertilizantes | kg | 2.080.463 | 1.682.012 |
| Fertilizantes | l | 216.350 | 643.830 |
| Fertilizantes | m ³ | 115 | 1.923 |
| Herbicidas | kg | 7.235 | 19.475 |
| Herbicidas | l | 38.062 | 17.375 |
| Fitosanitario | kg | 591.581 | 714.558 |
| Fitosanitario | l | 20.049 | 18.076 |
| Fitosanitario | m ³ | 23 | 0 |

Sustentable

En septiembre 2011 se dio origen a la iniciativa "Proveedores, Sustentabilidad y Huella de Carbono", la cual tiene como objetivo acercar a los proveedores de packaging a indicadores de sustentabilidad como la huella de carbono.

Durante 2012, los proveedores avanzaron en la medición de su huella de carbono. Con los datos de estas mediciones se está generando la primera base de datos local que proporciona información respecto a factores de emisión para la industria vitivinícola en Chile. Los resultados de nuestros proveedores han mostrado un alto nivel de desempeño para la industria nacional del packaging, ya que los factores locales han resultado hasta 50% menores que los factores internacionales para los insumos del vino.

A partir de enero 2012, se empezaron a incorporar los requerimientos de sustentabilidad a las normas de calidad de los insumos de packaging de la compañía. Se han establecido lineamientos para: vidrio, corcho, cápsulas, cajas, etiquetas y tapas.

Los requerimientos se relacionan con:

1. Medición de Huella de Carbono:

La cual estuvo disponible durante 2012. Se requiere llegar a obtener la cantidad de CO₂ contenida en los insumos.

2. Materialidad:

A futuro se requerirá información sobre la materialidad del insumo entregado a Viña Concha y Toro en términos de:

- Certificaciones vigentes con las que cuenta el proveedor.
- Porcentaje de material reciclado contenido en el insumo.
- Reciclabilidad del material.

El objetivo es avanzar hacia insumos cuyo impacto ambiental sea cada vez más medible, logrando así su reducción.



Entorno Social

Personas



Contar con colaboradores altamente comprometidos con la compañía generando un vínculo de largo plazo con los ellos.



En la búsqueda de vínculos duraderos y de crecimiento mutuo, la viña busca incrementar los programas de educación y formación a trabajadores, apuntando a generar un sistema de gestión integral de talentos en la compañía. Se avanzará en la implementación de programas de beneficios para trabajadores temporales y se fomentará el trabajo en las áreas de clima laboral y aspectos de salud y seguridad.

Concha y Toro valora y cuida la cercanía con sus trabajadores promoviendo para cada uno de ellos un espacio para crecer, desarrollarse e innovar. Considera que el aporte de cada uno es fundamental para el éxito colectivo. Para conseguirlo, realiza importantes esfuerzos en entrenamiento y capacitación a fin de lograr el máximo potencial profesional y técnico, favoreciendo el desarrollo de sus empleados en el interior de la empresa. La compañía es consciente de la importancia de ser atractiva para captar y retener el talento de personas comprometidas, por lo cual vela para que la proyección laboral conviva con la calidad de vida personal y familiar. Finalmente, promueve un lugar de trabajo seguro mediante una buena gestión en seguridad y prevención de riesgos, logrando reducir la tasa de siniestralidad en un 25,6% en el periodo reportado respecto al año anterior.



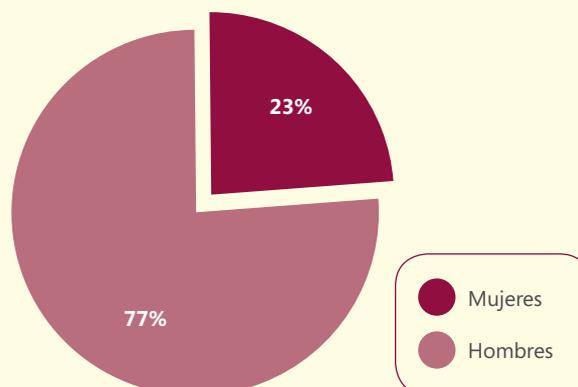
Dotación

Al término del año 2012, Concha y Toro contaba con una dotación total⁴ de 2.542 empleados. La dotación fue similar a la del año 2011, con un leve incremento del 0,6%. Ésta se distribuye en un 77% por hombres y 23% por mujeres.

Respecto al año anterior los contratos a plazo fijo aumentaron debido a una mayor internalización del personal de temporada de vendimia a las plantas productivas, cabe mencionar que la mayoría de empleados cuenta con contrato indefinido.

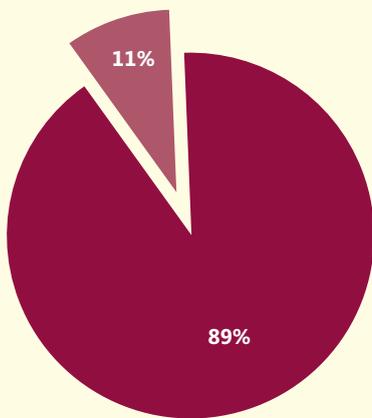
La actividad laboral de la compañía se desarrolla principalmente en la Región Metropolitana a pesar de disponer de bodegas, plantas de envasado, fundos y oficinas a lo largo del país.

DOTACIÓN POR SEXO



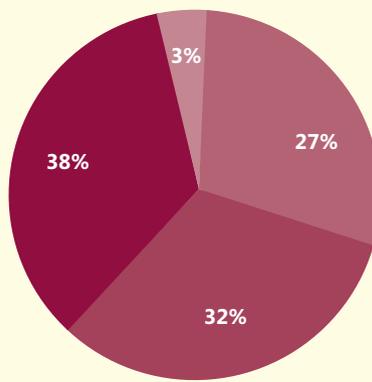
⁴La dotación total no considera a los trabajadores con contrato de trabajo temporal.

DOTACIÓN POR TIPO DE CONTRATO



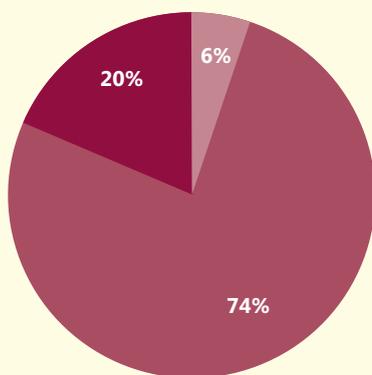
- Contrato Indefinido
- Contrato Plazo Fijo

PORCENTAJE DE TRABAJADORES POR CATEGORÍA LABORAL



- Gerentes, Subgerentes, Ejecutivos
- Profesionales y Técnicos
- Ventas y Administrativos
- Operarios

DOTACIÓN POR REGIÓN GEOGRÁFICA



- Zona Norte
- Metropolitana
- Zona Sur



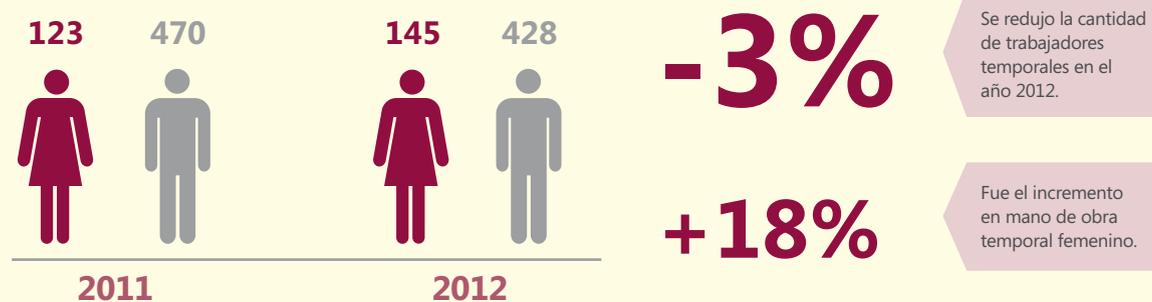
El detalle de la dotación de Concha y Toro para los años 2012 y 2011 es el siguiente:

| DOTACIÓN | | 2011 | | 2012 | | VARIACIÓN |
|-----------------------|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| | | MUJERES | HOMBRES | MUJERES | HOMBRES | 2011-2012 % |
| POR TIPO DE CONTRATO | Contrato Indefinido | 530 | 1.807 | 528 | 1.743 | -3 |
| | Contrato Plazo Fijo | 40 | 149 | 62 | 209 | 44 |
| POR REGIÓN GEOGRÁFICA | Zona Norte | 13 | 139 | 14 | 136 | -1 |
| | Metropolitana | 498 | 1.372 | 511 | 1.366 | 0,3 |
| | Zona Sur | 59 | 445 | 65 | 450 | 2 |
| POR CATEGORÍA LABORAL | Gerentes, Subgerentes, Ejecutivos | 13 | 63 | 14 | 63 | 0 |
| | Profesionales y Técnicos | 309 | 760 | 237 | 436 | -37 |
| | Ventas y Administrativos | 154 | 363 | 221 | 604 | 60 |
| | Operarios | 94 | 770 | 118 | 849 | 12 |
| TOTAL | | 570 | 1.956 | 590 | 1.952 | 0,6 |
| DOTACIÓN TOTAL | | 2.526 | | 2.542 | | 0,6 |

NOTA: Para el cálculo de la dotación de los trabajadores temporales se consideró la dotación de los 4 meses de temporada que dura la vendimia (febrero, marzo, abril y mayo). Para todos los cálculos de la dotación a plazo fijo e indefinido se consideró la dotación promedio de los 12 meses del año 2012.

3.9

TRABAJO TEMPORAL



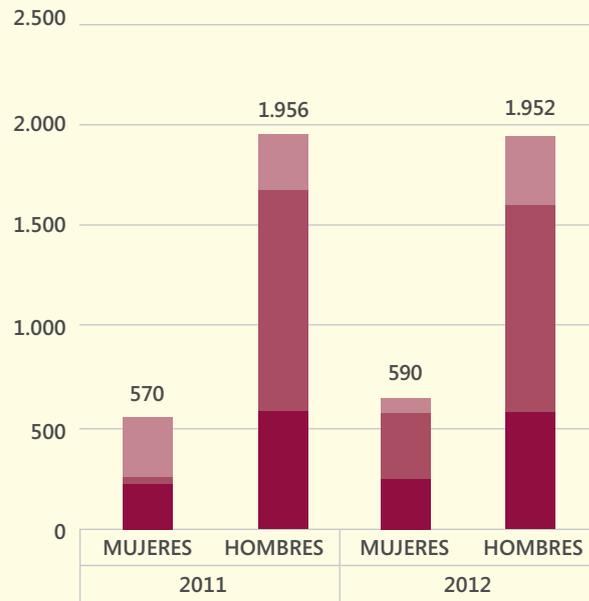
LA13



Rango Etario

La viña cuenta con colaboradores mayoritariamente jóvenes entre los 31 y 50 años de edad.

TRABAJADORES POR RANGO ETARIO

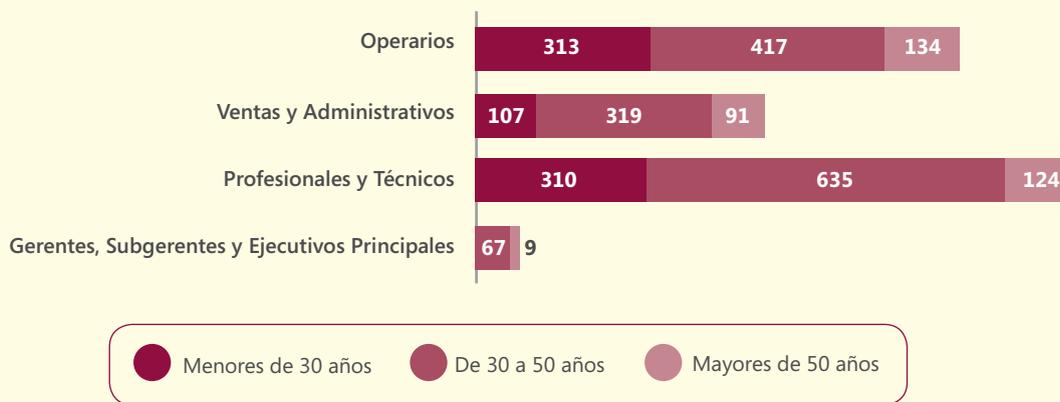


● 18 y 30 años ● 31 y 50 años ● Mayores de 50 años

Respecto al año 2011, la cantidad de profesionales y técnicos disminuyó, incrementándose el número de personal administrativo y de ventas, principalmente del rango etario de 30 a 50 años. Los cargos ocupados por rango etario y género para el año 2012 son los siguientes:

| RANGO ETARIO | | | | | | |
|-------------------------|--|---------------------------|------------------------|---------------------------|--------------|------------------------|
| GÉNERO | CATEGORÍA | MENORES DE 30 AÑOS | DE 31 A 50 AÑOS | MAYORES DE 50 AÑOS | TOTAL | % POR CATEGORÍA |
| MUJER | Gerentes, Subgerentes y Ejecutivos Principales | 1 | 12 | 1 | 14 | 0,6 |
| | Profesionales y Técnicos | 89 | 138 | 10 | 237 | 9,3 |
| | Ventas y Administrativos | 74 | 127 | 20 | 221 | 8,7 |
| | Operarios | 53 | 52 | 13 | 118 | 4,6 |
| SUBTOTAL MUJERES | | 217 | 329 | 44 | 590 | 23,2 |
| HOMBRE | Gerentes, Subgerentes y Ejecutivos Principales | 2 | 51 | 10 | 63 | 2,5 |
| | Profesionales y Técnicos | 118 | 252 | 66 | 436 | 17,1 |
| | Ventas y Administrativos | 117 | 371 | 116 | 604 | 23,8 |
| | Operarios | 311 | 375 | 163 | 849 | 33,4 |
| SUBTOTAL HOMBRES | | 548 | 1.049 | 355 | 1.952 | 76,8 |
| DOTACIÓN TOTAL | | 765 | 1.378 | 399 | 2.542 | 100,0 |

CARGOS POR RANGOS ETARIOS (2011)



CARGOS POR RANGOS ETARIOS (2012)



Rotación

LA2

La compañía cuenta con una tasa de rotación del 11% duplicando la del año anterior. Esto se debe a que los ingresos se han incrementado producto de la internalización del personal de temporada.

| ROTACIÓN | | 2011 | | 2012 | |
|--------------|--------------------|------------|------------|------------|------------|
| | | INGRESOS | EGRESOS | INGRESOS | EGRESOS |
| POR GÉNERO | Hombres | 388 | 324 | 428 | 236 |
| | Mujeres | 149 | 93 | 155 | 69 |
| POR EDAD | Menores de 30 años | 358 | 247 | 340 | 148 |
| | De 30 a 50 años | 163 | 156 | 224 | 140 |
| | Mayores de 50 años | 16 | 14 | 19 | 17 |
| TOTAL | | 537 | 417 | 583 | 305 |

| ROTACIÓN PROMEDIO | 2011 | 2012 |
|-------------------------|------|------|
| Creación Neta de Empleo | 120 | 278 |
| Tasa de Rotación (%) | 5 | 11 |

NOTA: En el cálculo de la tasa de rotación no se considera la dotación de temporada:
(N° Ingresos - N° Egresos)/Dotación total de Planta

3.9

LA14

Remuneraciones

La remuneración de los trabajadores de Concha y Toro está definida en función de su cargo dentro de la organización. El cálculo del peso relativo se realiza mediante la metodología de compensaciones definida por la compañía en base a las competencias, la capacidad de resolución de problemas y la responsabilidad del puesto ocupado. Una vez definidos los niveles de estas variables, se compara con la situación del mercado de referencia para establecer una escala de sueldos en función de la estrategia de recursos humanos y de las compensaciones.

A continuación se muestra la relación entre el salario base promedio de hombres respecto al de mujeres, por categoría laboral:

| RELACIÓN SALARIAL | 2011 | 2012 |
|----------------------------|------|------|
| Ejecutivos | 1,1 | 1,1 |
| Mandos Medios | 0,8 | 1 |
| Profesionales | 1,3 | 1 |
| Técnicos y Administrativos | 0,9 | 0,8 |
| Operarios | 1,1 | 1,2 |

3.9

NOTA: Se considera el salario base mujer 1,0.

Sueldo hombres/Sueldo mujer: Sueldo base hombres/Sueldo base mujer.

La política de compensaciones no contempla diferencias por género. Para establecer los distintos niveles de renta se considera el impacto de la función que ejerce el cargo. Así mismo, en los procesos de evaluación de desempeño y de movilidad interna, como principales motores de la equidad interna, la compañía tampoco establece ningún sesgo por género.



Sindicalización

El 28% de los colaboradores de Concha y Toro se encuentra sindicalizado. La viña garantiza la libertad sindical y la libertad de asociación. Los empleados de la compañía están representados por los siguientes sindicatos, los cuales agrupan a los trabajadores para mantener una relación equilibrada con la alta dirección, favoreciendo un diálogo fluido entre las partes:

| N° DE TRABAJADORES SINDICALIZADOS | 2011 | 2012 |
|---|--------------|--------------|
| Sindicato Chimbarongo | 25 | 25 |
| Sindicato Comercial Peumo | 96 | 100 |
| Sindicato Unificado Viña Concha y Toro S.A. | 490 | 469 |
| Sindicato Transportes Viconto | 13 | 13 |
| Sindicato Bodega Lourdes | 27 | 28 |
| Sindicato Bodega Lontué | 75 | 70 |
| N° DE TRABAJADORES SINDICALIZADOS | 726 | 705 |
| N° TOTAL DE TRABAJADORES | 2.526 | 2.542 |
| PORCENTAJE DE SINDICALIZACIÓN | 29% | 28% |

COMPROMISOS CON LOS SINDICATOS

La compañía asume distintos convenios colectivos con sus sindicatos que incluyen distintos beneficios con el objetivo de promover la salud y la seguridad de los trabajadores:

| ACUERDOS | DESTINATARIOS | DESCRIPCIÓN |
|--|--------------------------------------|---|
| Convenio Oncológico Fundación López Pérez | Trabajadores con contrato indefinido | El convenio entrega cobertura de copago en tratamientos oncológicos para el trabajador y su familia, además de acceso a tecnología especializada para el tratamiento. |
| Seguro Complementario de Salud | Trabajadores con contrato indefinido | Este seguro opera sobre los gastos de salud y dentales no reembolsados por el sistema de salud previsional (Isapre, Fonasa). |
| Convenio Colectivo con la Isapre Cruz Blanca | Trabajadores con contrato indefinido | Corresponde a un plan colectivo ajustado al de la remuneración imponible del trabajador, con la opción de acceder a planes en UF con descuentos preferenciales en la tarifa base. |

Adicionalmente, Concha y Toro dispone de un "convenio para la compra de medicamentos en farmacias" con sus trabajadores, el cual no se encuentra incluido en los acuerdos formales con los sindicatos.

LA4

LA9

Paralelamente, el pilar personas de la estrategia de sustentabilidad Concha y Toro definió 3 focos en los que centra sus esfuerzos:

Gestión de Talento

Este primer foco estratégico pretende acompañar a los empleados en su crecimiento personal y profesional, por lo tanto, supone la necesidad de realizar evaluaciones de desempeño para la mejora continua en la gestión de talento.

IA12

El primer paso corresponde a una evaluación de desempeño que consiste en evaluar el trabajo del colaborador a partir de una revisión formal, por parte de la jefatura directa, de los resultados de las labores y comportamiento laboral de un período determinado. Todo esto para facilitar la gestión de personas (tanto para el evaluador como para el evaluado) y el desarrollo de éstas, lo cual permite alcanzar los objetivos estratégicos de la compañía.

| EVALUACIONES DE DESEMPEÑO | 2011 | 2012 |
|---------------------------|------------|-----------|
| Mujeres | 19 | 17 |
| Hombres | 84 | 58 |
| TOTAL | 103 | 75 |
| % DE LA DOTACIÓN | 4% | 2% |

1.2

Para avanzar en esta materia, la compañía se ha propuesto como meta de mejora implementar un sistema de gestión integral de talento en los 3 próximos años.

Bienestar

Con el objetivo de promover la vida saludable y el bienestar entre sus colaboradores, la viña estableció este segundo foco estratégico. Durante el presente año el Departamento de Calidad de Vida entrega beneficios al empleado y sus familiares.

Mediante la plataforma "Red Social Concha y Toro", que está a disposición de los trabajadores, se han desarrollado una amplia gama de programas incluyendo una red de apoyo que ofrece asistencia psicológica, legal, social y financiera.

Además, se han desarrollado iniciativas de recreación que fomentan la salud a través del deporte, potenciando espacios de vinculación de los trabajadores con sus familias e integración entre los trabajadores en distintos equipos deportivos. Este año 2012 el departamento desarrolló campeonatos de bowling, futbolito y tenis en los cuales participaron 559 empleados.

En el marco de las políticas de la compañía orientadas a fomentar la calidad de vida de sus trabajadores, nació en el año 2009, Concha y Toro Runners. Este grupo se reúne hace más de tres años junto a un entrenador que diseña planes específicos para cada participante. Por segunda vez consecutiva, Concha y Toro invitó a sus corredores más comprometidos y motivados a participar en la maratón de Nueva York. Además, han participado en actividades solidarias como la Blind Running.





Capacitación

La capacitación y entrenamiento de los trabajadores se considera clave en la estrategia de negocio de Concha y Toro, tanto para la carrera profesional del trabajador como para la compañía. El Departamento de Desarrollo de Personas y Entrenamiento realiza programas buscando potenciar los conocimientos y habilidades técnicas alineadas a las responsabilidades de cada cargo.

En 2012 se capacitó a un total de 1.366 empleados equivalentes a 56.140 horas de capacitación, con un promedio de 20,8 horas por empleado. Debido a que el periodo de vendimia se adelantó respecto al año anterior, se realizaron menos horas de capacitación pre-vendimia para los trabajadores de las bodegas.

En comparación con el año anterior el promedio de capacitación por empleado disminuyó en un 2%. A continuación, se muestra la relación de horas de formación realizadas entre los trabajadores según su categoría profesional:

LA10

PLATAFORMA
PEOPLECARE





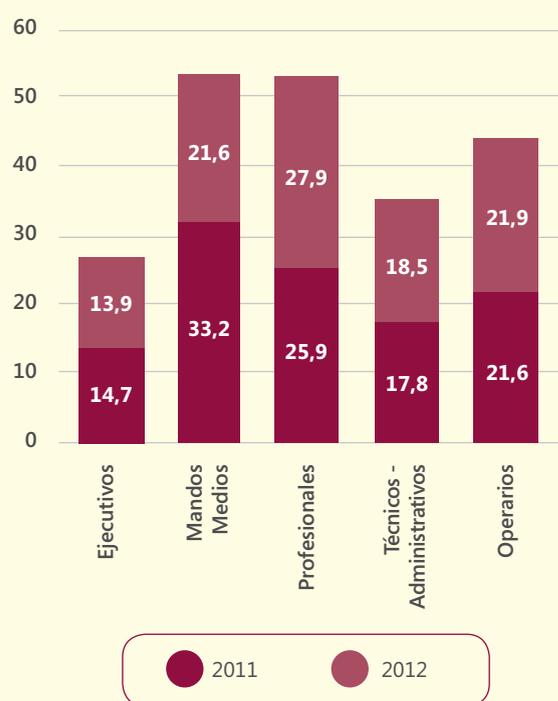
| | | 2011 | | | | | 2012 | | | | |
|---|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------|---------------|
| | | EJECUTIVOS | MANDOS MEDIOS | PROFESIONALES | TÉCNICOS ADMINISTRATIVOS | OPERARIOS | EJECUTIVOS | MANDOS MEDIOS | PROFESIONALES | TÉCNICOS ADMINISTRATIVOS | OPERARIOS |
| 1.366 Trabajadores Capacitados | | | | | | | | | | | |
| 56.140 Horas de Capacitación | | | | | | | | | | | |
| NÚMERO DE TRABAJADORES CAPACITADOS | Mujeres | 10 | 45 | 139 | 137 | 80 | 16 | 38 | 133 | 116 | 121 |
| | Hombres | 18 | 242 | 120 | 365 | 511 | 50 | 142 | 95 | 168 | 487 |
| | TOTAL | 28 | 287 | 259 | 502 | 591 | 66 | 180 | 228 | 284 | 608 |
| | | 1.667 | | | | | 1.366 | | | | |
| HORAS DE FORMACIÓN | Mujeres | 538 | 1.689 | 4.224 | 3.990 | 3.990 | 460 | 1.505 | 4.204 | 4.715 | 2.383 |
| | Hombres | 817 | 10.352 | 4.953 | 7.980 | 18.525 | 905 | 6.717 | 6.276 | 8.295 | 20.680 |
| | TOTAL | 1.355 | 12.041 | 9.177 | 11.970 | 22.515 | 1.365 | 8.222 | 10.480 | 13.010 | 23.063 |
| | | 57.058 | | | | | 56.140 | | | | |
| PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO | Mujeres | 26,9 | 33,1 | 27,8 | 18,7 | 29,8 | 21,9 | 23,5 | 25,2 | 22,0 | 17,3 |
| | Hombres | 11,3 | 33,2 | 24,5 | 17,3 | 20,4 | 11,8 | 21,3 | 30,0 | 16,9 | 22,7 |
| | TOTAL | 14,7 | 33,2 | 25,9 | 17,8 | 21,6 | 13,9 | 21,6 | 27,9 | 18,5 | 21,9 |
| | | 22,6 | | | | | 20,8 | | | | |

3.9

NOTA: El promedio de horas de formación por empleado se calcula en base al total de empleados de la compañía.



PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN 2011-2012



La viña desarrolla distintos mecanismos de capacitación adaptados a los diversos perfiles de empleados, los programas de gestión de habilidades y de formación realizados este año son:

LA11

| PROGRAMA | DESCRIPCIÓN |
|---------------------------------------|--|
| Programa The Wine School | Programa orientado al área comercial y de marketing en los primeros 2 años de trabajo para capacitarlos respecto a la industria y al vino. |
| Programa Pre Vendimia | Programa orientado a trabajadores temporales y de planta de la gerencia enológica, para capacitarlos en variados temas, desde vinificación, buenas prácticas, seguridad, manejo de maquinarias, producción limpia y liderazgo. El programa se divide en 3 niveles de cursos sucesivos. |
| Programa Becas de Estudio | Programa anual orientado a becar desde un 50% hasta un 100% a trabajadores destacados y con alto desempeño laboral, en diplomados y/o carreras técnicas de 2 años, relacionadas con su puesto de trabajo o futuros desafíos laborales. |
| Programas de Excel | Programa continuo dirigido a nivelar a los trabajadores en estas herramientas necesarias para desarrollar adecuadamente el trabajo. |
| Programa de Idiomas | En ciertas áreas y cargos se está desarrollando una nivelación y capacitación en idioma inglés y otros, requeridos para desarrollar el trabajo adecuadamente y potenciar su relación con clientes internos y externos. |
| Cursos y Talleres Técnico Específicos | Cada área desarrolla cursos técnicos y no técnicos durante el año según sus necesidades individuales. |
| Programa de Seguridad y Autocuidado | Programa lanzado este 2012, orientado a los trabajadores de las plantas productivas. |

EN7

A fin de promover y facilitar la puesta en marcha de las iniciativas de los propios empleados, Recursos Humanos dispuso como herramienta el Programa de Fondos Concursables. En 2012, 8 proyectos presentados por trabajadores recibieron apoyo de este programa, beneficiando de forma directa a 657 personas, considerando a trabajadores y sus familias.

Durante el año 2012, se realizó la campaña interna de ahorro de recursos, denominada "Pequeñas Acciones para Grandes Cambios". Su foco central fue el consumo responsable de: Energía, Agua y Papel. Esta campaña apuntó a generar conciencia en cada trabajador de la compañía de que el cuidado de los recursos es un tema al que todos pueden aportar a través de prácticas sencillas.

Las prácticas entregadas, apuntaron tanto al lugar de trabajo como a sus hogares.



Beneficios

Concha y Toro considera que el bienestar social de los empleados es fundamental. Por este motivo durante el año reportado la compañía ofreció los siguientes beneficios a sus empleados con contrato indefinido:

Además de los beneficios sociales actuales, en el año reportado, Concha y Toro se encuentra en proceso de elaboración del plan de jubilación para sus colaboradores.

EC3



- **Gratificación Legal Sin Tope**

Se trata del pago de la gratificación correspondiente al 25% del sueldo base sin el tope establecido por la Ley (de 4,75 MM anuales).

- **Seguro Complementario de Salud Metlife**

Opera sobre las coberturas no cubiertas por el sistema provisional con que cuenta el trabajador (Isapre o Fonasa).

- **Plan Colectivo Isapre Cruz Blanca**

Plan ajustado al 7% imponible, sin considerar el número de cargas que se incluyen y descuentos hasta un 5% en la tarifa base.

- **Convenio Oncológico Fundación Arturo López Pérez**

Facilita el acceso al tratamiento oncológico en beneficio del trabajador y de su grupo familiar a valores rebajados a través del pago de una cuota mensual.

- **Venta a Empleados**

Todos los empleados tienen derecho a un descuento de 30% sobre el precio de retail en las compras de vino de la compañía, limitado a 2 cajas por mes.

- **Bonos**

» Bono por vacaciones.

» Asignación de Fiestas Patrias.

» Asignación de Navidad.

» Beca escolar.

» Bonos Matrimonio, Nacimiento y Fallecimiento.

» Asignación de Colación.

- **Convenios**

» Gimnasios: acceso a planes semestrales y anuales en distintos gimnasios con valores preferenciales.

» Telefonía Celular: acceso a planes y equipos con valores preferenciales.

» Clínicas Dentales: atención dental con diversos descuentos.

- **Plataforma on-line PEOPLECARE de Concha y Toro**

Descuentos y beneficios en tiendas de bienestar, belleza, comida, servicio, salud, educación, tiempo libre, viajes, viviendas, entre otros.

FIESTA DE FIN DE
AÑO CONCHA Y
TORO 2011



LA15

Reincorporación al Trabajo

La facilidad para la reincorporación al trabajo después del periodo postnatal, contribuye a la conciliación laboral-familiar y a un mejor bienestar para sus trabajadores. Durante el año 2012, 30 mujeres hicieron uso de los derechos relacionados al permiso postnatal y 23 mujeres finalizaron su permiso y se reincorporaron a la compañía en el mismo periodo.

REINCORPORACIÓN POR PERMISO PARENTAL

| | | TOTAL DE EMPLEADOS QUE TOMARON SU PERMISO PARENTAL DURANTE EL AÑO | TOTAL DE EMPLEADOS QUE FINALIZARON SU PERMISO PARENTAL DURANTE EL AÑO | TOTAL DE EMPLEADOS QUE REGRESARON AL TRABAJO DESPUÉS DEL PERMISO PARENTAL | TASA DE EMPLEADOS QUE DURANTE EL AÑO CUMPLIERON UN AÑO DE PERMANENCIA EN EL TRABAJO DESPUÉS DE CONCLUIR SU PERMISO PARENTAL (%)* |
|------|--------------|---|---|---|--|
| 2011 | Mujeres | 17 | 10 | 10 | 77 |
| | Hombres | 1 | 1 | 1 | 100 |
| | TOTAL | 18 | 11 | 11 | - |
| 2012 | Mujeres | 30 | 23 | 23 | 0 |
| | Hombres | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL | 30 | 23 | 23 | - |

3.9

*Para la tasa de empleados que cumplieron un año de permanencia después de su permiso parental se indica una tasa del 0%, dado que ningún empleado cumple esta condición, considerando como fecha de corte el 31 diciembre 2012.

Salud y Seguridad Ocupacional

Desde el Área de Prevención de Riesgos, Concha y Toro vela por la seguridad de sus empleados en el desarrollo de su actividad laboral. Este tercer foco estratégico tiene por objetivo disminuir progresivamente la siniestralidad y la tasa de accidentalidad, realizando esfuerzos en capacitación y prevención.

Mediante un convenio entre la Gerencia Agrícola y la Asociación Chilena de Seguridad, se ha implementado en la compañía un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo que se traduce en una mejora significativa de la accidentabilidad laboral año tras

año, en parte, gracias a los programas de capacitación en materia de seguridad laboral realizados por la compañía, así como también a las medidas de seguridad empleadas.

En Concha y Toro no se produjeron accidentes laborales con víctimas fatales en 2012.

En Concha y Toro, existen un total de 29 comités paritarios, donde participan el 100% de los trabajadores. Cada sucursal de la compañía que cuente con más de 25 trabajadores debe contar con un comité paritario, en el que participan representantes designados por la empresa en conjunto con representantes elegidos por los trabajadores en votación directa.

LA7

LA6

ESTADÍSTICA DE SEGURIDAD LABORAL

| PERIODO | ACCIDENTES LABORALES | DÍAS PERDIDOS POR ACCIDENTES LABORALES | TASA DE ACCIDENTES | TASA DE SINIESTRALIDAD |
|---------|----------------------|--|--------------------|------------------------|
| 2011 | 289 | 3.818 | 8,0 | 106 |
| 2012 | 247 | 2.920 | 6,6 | 79 |

NOTA:

TASA DE ACCIDENTES = N° accidentes laborales por accidentes laborales x 100 / Dotación Media Mensual

TASA DE SINIESTRALIDAD = N° días perdidos por accidentes laborales x 100 / Dotación Media Mensual

3.9





Programas

Las iniciativas desarrolladas por Concha y Toro reflejan la responsabilidad que asume en materia de salud y seguridad laboral de los empleados e indirectamente, de sus familiares. La prevención es clave y se consigue mediante la capacitación. Durante el 2012, la compañía realizó los siguientes programas para sus empleados:



| ACUERDOS | DESTINATARIOS | DESCRIPCIÓN |
|---|---|---|
| Cuidar de Sí Mismo en el Trabajo | Trabajadores de las Plantas de Pirque, Vespucio y Lo Espejo | Curso de seguridad para el desarrollo del autocuidado, compromiso por la seguridad y buenas prácticas de trabajo. Ejecutado juntamente con la OTEC Persist Ltda. |
| Curso Pre Vendimia | Trabajadores de temporada en Bodegas de Vinos | Inducción en seguridad e identificación de peligros y las medidas preventivas asociadas a trabajos en vendimia. |
| Consumo Responsable de Alcohol y Drogas | Trabajadores con jornada completa | Programa de sensibilización y educación destinado a los empleados e indirectamente de sus familiares con el objetivo de disponer una política respecto al consumo responsable de alcohol, cuya meta final es abarcar más del 50% de la dotación. Realizado en alianza con la Corporación la Esperanza y financiado a través de Sence. |
| Programas de Capacitación Sobre Salud y Seguridad | Todos los trabajadores | Programa destinado a la motivación hacia la seguridad y capacitación sobre riesgos en plantas de envasado y medidas preventivas. |
| Programa Equilibrio, Prevención y Autocuidado | Todos los trabajadores | Programa creado como propuesta integral para el cuidado y promoción del bienestar de los colaboradores, por medio de gimnasia de pausa en el puesto de trabajo, talleres de autocuidado y tips de alimentación saludable. |
| Feria de Salud | Trabajadores de Planta Lontué, Bodega Puente Alto y sucursal Santa Rosa | Iniciativa destinada a entregar información relevante a los colaboradores en temas de salud, sobre convenios y realizar de manera gratuita exámenes preventivos. |

Sociedad



Ser una compañía que crea valor compartido para la sociedad y el entorno donde opera con el fin de compartir conocimiento y capacidades, contribuyendo a una mejor calidad de vida.



La viña busca integrarse de manera armoniosa con su entorno social, por lo que se ha propuesto avanzar en los ámbitos de investigación y desarrollo, generando un conocimiento que permita el futuro desarrollo del sector vitivinícola. Así también, se buscará potenciar la educación y el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros entornos cercanos. A través del programa interno de voluntariado, se buscará hacer partícipes a los trabajadores de la viña en el logro de estas metas.

S01

Generación de Impactos Positivos

La viña busca generar impactos positivos en la comunidad más cercana mediante iniciativas que buscan mejorar su calidad de vida. La compañía viene realizando diversos proyectos en materia de educación, difusión de sus prácticas, investigación y voluntariado.

En 2012 se concluyó el proyecto de reconstrucción post terremoto emprendido por Concha y Toro en 2010, particularmente en las comunidades cercanas a sus fundos y viñedos. Durante 2012 se concretaron proyectos para construir 3 viviendas sociales que beneficiaron a familias de las comunas de Chimbarongo, Peralillo y Curarrehue. Las viviendas fueron donadas a familias necesitadas y en situación de riesgo social. Así, Concha y Toro sumó un total de 146 viviendas construidas, dando por cumplido el anhelo de la compañía de ir en ayuda de las comunas aledañas.

Entre otras muestra de apoyo a la comunidad en que está inserta la compañía, destacan el apoyo a la reconstrucción de la Iglesia de Pirque.

Las inversiones realizadas por Concha y Toro en proyectos de construcción en beneficio a la comunidad en el periodo 2012 y 2011 se muestran a continuación:

| INVERSIÓN COMUNITARIA | 2010 (MM\$) | 2011 (MM\$) | 2012 (MM\$) |
|---|--------------|-------------|-------------|
| Iglesia de Pirque | | 35,0 | 35,0 |
| Construcción de viviendas sociales | 153,7 | 40,3 | 5,8 |
| Reconstrucción, Fundación Teletón y Chile ayuda Chile | 85,0 | | |
| TOTAL | 238,7 | 75,3 | 40,8 |



CAMPAÑA SOLIDARIA
CONSTRUCCIÓN DE
CASAS



A lo largo de los años Concha y Toro ha mostrado un fuerte compromiso con la formación de capital humano apoyando la educación de jóvenes de menores recursos a través de la entrega de becas de estudios con distintas instituciones. Entre estas destacan:

- El financiamiento de 20 becas mensuales a la Escuela Agrícola Las Garzas, escuela de enseñanza técnico profesional, ubicada en la Comuna de Chimbarongo, que educa a jóvenes provenientes de familias campesinas de escasos recursos. Su misión es formar Técnicos Agrícolas con una sólida base académica, técnica y valórica, que les permita desempeñarse con competencias profesionales en el ámbito laboral.
- Aportes anuales a la Fundación Juan Pablo II, corporación que apoya y favorece a personas de escasos recursos o de mayores necesidades económicas para que desarrollen sus estudios en los establecimientos universitarios del país.

- Beca de Estudios de Educación Superior Concha y Toro, la que fue creada con el objetivo de fomentar y apoyar la formación de hijos de trabajadores de la Viña y sus filiales, con una contribución económica que financie los estudios de educación superior. Estas becas son administradas por la Fundación EGT y financia la matrícula y mensualidad de las carreras universitarias o técnicas de jóvenes que obtuvieron un buen rendimiento en sus estudios y en la Prueba de Selección Universitaria, entre otros requisitos.

Con el propósito de contribuir a la reducción de la brecha digital, durante 2011 se donaron 8 computadores a la Municipalidad de Peñalolén para distribuirlos en los colegios de la comuna. Asimismo, en 2012 se entregaron variados equipos electrónicos a Chilenter, corporación que impulsa la incorporación de tecnologías para la educación de manera sustentable. Viña Concha y Toro donó 82 CPU; 66 pantallas de computador; 30 servidores; 22 impresoras y 21 teclados entre otros artefactos electrónicos.

4.12



FUNDACIÓN EDUCACIONAL EDUARDO GUILISASTI TAGLE

La Fundación Eduardo Guilisasti Tagle es una iniciativa que surgió en 2002 a partir del gran legado que Don Eduardo Guilisasti Tagle dejó en Concha y Toro y que ya cuenta con una trayectoria de más de 10 años.

La misión de la Fundación es apoyar la formación y educación de los jóvenes a través de becas de estudios universitarios y técnicos. Si bien la institución comenzó

apoyando a los hijos de trabajadores de Viña Concha y Toro, con los años se han agregado otras becas para jóvenes relacionados con otras compañías. En esta década se han entregado 128 becas en total.

Las becas que entrega y administra la Fundación cubren el total del arancel de las carreras técnicas y universitarias y además incluyen un programa anexo de formación espiritual, social, cultural y deportiva. En los primeros 10 años la institución cuenta con 54 titulados y 74 jóvenes estudiando en diversas áreas.





S01

Centro Turístico Pirque

El Centro Turístico del Vino de Concha y Toro es la principal atracción enológica de Santiago. Ubicado en Pirque, Valle del Maipo, zona privilegiada para la producción de vinos de calidad mundial. Las antiguas bodegas y viñedos de Concha y Toro son parte de la tradición vitivinícola chilena y el lugar donde, en 1883, se fundó la que hoy es una de las compañías de vinos más importantes del mundo.

El lugar alberga múltiples atracciones, entre ellas:

- La Casona del fundador de la viña y el parque diseñado por el paisajista francés Gustavo Renner.
- El viñedo de Pirque Viejo y el nuevo jardín educativo de variedades viníferas.
- La famosa bodega Casillero del Diablo que originó la leyenda del vino.
- La Sala de Degustación para experimentar vinos y combinarlos con gastronomía internacional en el Wine Bar.



+120 mil personas al año, visitan el Centro Turístico Pirque.

Principalmente visitantes extranjeros quienes utilizan la ocasión para conocer un poco más sobre la viña y sobre Chile como país vitivinícola.



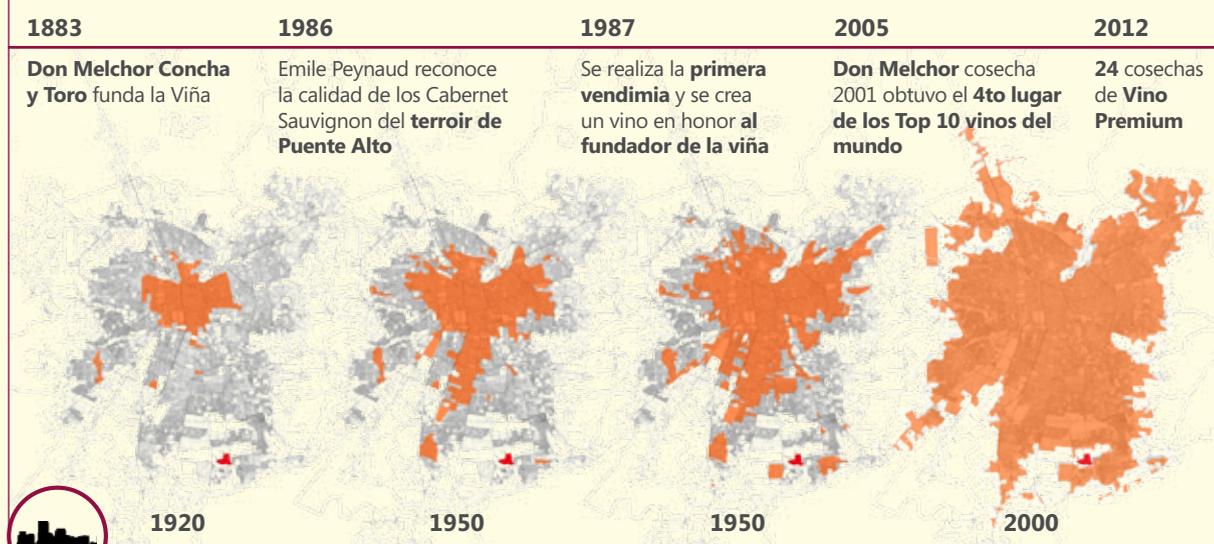
Por otra parte, en los 130 años de Viña Concha y Toro, algunos de los viñedos más tradicionales de la compañía han quedado inmersos en un contexto urbano. En un intento por conocer esta nueva relación, durante 2012 se realizó un estudio sobre “Diagnóstico de los Beneficios Sociales y Ecológicos de los Viñedos Urbanos”. Los resultados muestran que los viñedos no sólo se han integrado armónicamente con su nuevo entorno social, sino que además ayudan a generar múltiples beneficios sociales y ambientales, entre los cuales se destaca un aporte de hasta 20% de plusvalía en viviendas ubicadas en zonas aledañas (Caso Fundo Don Melchor y Tocornal, comuna de Puente Alto).



SE ADAPTA AL NUEVO CONTEXTO URBANO...



La localización del Fundo Don Melchor en el crecimiento urbano de Santiago



● Fundo Don Melchor

VENDIMIA 2011
DON MELCHOR



Desempeño Ambiental

Medio Ambiente



Ser referente para la industria en prácticas ambientales, adoptando una cultura de excelencia ambiental en la elaboración de nuestros productos.



El compromiso de largo plazo con el medio ambiente se traduce en reducir nuestros impactos ambientales, disminuyendo los consumos de agua, emisiones de CO₂ por cada unidad producida y la generación de residuos industriales. La viña se ha propuesto reducir el consumo y diversificar su matriz energética. Se continuará con el trabajo en biodiversidad, profundizando la generación de planes de conservación adecuados a cada sitio. Todo esto en el marco que entrega la política ambiental.

Concha y Toro junto a sus filiales, ha desarrollado diversas iniciativas tales como: la medición de la huella de carbono para trabajar en futuras metas de reducción de las emisiones de gases efecto invernadero; la medición de la huella de agua y las medidas para un uso eficiente de este recurso; como también medidas para la eficiencia energética, la reducción de materiales utilizados y la incorporación de tecnologías e innovaciones que permitan desarrollar una producción limpia.

Además, la compañía dio inicio a un Programa de Conservación de Bosques y Áreas Silvestres, tendientes a conservar la riqueza y biodiversidad de los viñedos y su entorno.

Gestión de Recursos

Siguiendo los focos establecidos en el pilar de medio ambiente, la gestión de recursos se centra en la optimización del uso de energía, agua y la conservación y protección de los bosques naturales.

Energía

La gasolina, el petróleo y el gas son las principales fuentes de consumo directo de energía para los procesos de la compañía. El consumo de combustibles se incrementó en un 11,1%, comparado con el año anterior. Esto se debe principalmente al aumento de la producción de uva, de la vinificación en bodega y de los litros envasados.

CONSUMO DE ENERGÍA DIRECTA

| FUENTE DE ENERGÍA | 2011 (lt) | 2012 (lt) | VARIACIÓN 2011-2012 (%) |
|----------------------|------------------|------------------|----------------------------|
| Gasolina | 503.947 | 544.079 | 8,0 |
| Petróleo | 2.436.038 | 2.652.397 | 8,9 |
| GLP | 2.473.268 | 2.817.840 | 13,9 |
| TOTAL CONSUMO | 5.413.253 | 6.014.316 | 11,1 |

El petróleo, la gasolina y el GLP son consumidos por las áreas agrícolas, enología y operaciones y en el transporte terrestre (camionetas propias y Transportes Viconto).

Por otra parte, el consumo de energía eléctrica de las distintas áreas de Concha y Toro se ha incrementado en un 7,7% respecto al año 2011.

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

| ÁREA | 2011 (kWh) | 2012 (kWh) | VARIACIÓN (%) |
|--|-------------------|-------------------|------------------|
| Agrícola | 8.871.976 | 9.648.892 | 8,8 |
| Bodegas | 18.201.308 | 19.976.567 | 9,8 |
| Operaciones | 13.008.600 | 13.520.605 | 3,9 |
| WTC | 324.329 | 385.034 | 18,7 |
| TOTAL CONSUMO | 40.406.213 | 43.531.098 | 7,7 |
| Producción Total (Millones Cajas de 9 litros) | 18,6 | 19,4 | 4,5 |
| (kWh/Cajas) | 2,17 | 2,24 | 3,1 |

EN4

EN3



EN5

Durante 2012, en promedio se utilizó un 3% más de energía por caja de nueve litros producida. Considerando la importancia en este tema, la viña ha realizado auditorías de eficiencia energética en las bodegas de vinificación y guarda desde el año 2010. En este período se han implementado medidas de mejora en la calidad de la energía y se realizaron cambios de luminarias de forma progresiva en plantas de embotellado y bodegas. Mediante la instalación del sistema Laserlight en Planta Vespucio, se ha mejorado la calidad de luz y se han generado ahorros de hasta el 70% en consumo de energía para iluminación.

En el ámbito de las energías renovables en el 2012 se empezó a instalar paneles termosolares en bodegas. En una primera etapa, se ha incorporado esta tecnología para abastecer duchas del personal y casino en Bodega Chimbarongo. Con esta inversión ha sido posible disminuir el consumo de combustible fósil en aproximadamente en 2,5 % en la instalación.

Asimismo, se han incorporado paneles termosolares para abastecer de agua caliente a los baños del personal de área Agrícola. Durante 2012, esta tecnología se implementó en los fundos Los Acacios, San Julián, El Trapiche y Quebrada Seca. El lineamiento estratégico es continuar habilitando todos aquellos fundos donde sea factible reemplazar el uso de combustible fósil por energía renovable.

Agua

Concha y Toro es la primera viña del mundo en estimar la Huella de Agua en alianza con Fundación Chile (FCH) y Water Footprint Network (WFN), organización internacional cuya misión es promover una transición de los sistemas productivos hacia una gestión sustentable en el uso de agua. La medición de la Huella de Agua permite conocer el volumen total de agua dulce que utiliza la compañía para sus procesos y así formular mejores estrategias

que permitan mitigar el impacto al medio ambiente, permitiendo avanzar en la gestión del recurso.

Los resultados del estudio indican que la viña utiliza un 25% menos de agua en producir una copa de vino que el promedio estimado de la industria mundial, cabe resaltar que Concha y Toro registra una Huella de Agua menor a promedios de zonas seleccionadas como Francia, España y Australia. A continuación se compara el consumo de agua en litros por botella de 750 ml producida en Concha y Toro, y el promedio mundial de la industria.



Huella de Agua
Viña Concha y Toro
540 Litros



Huella de Agua
Promedio de la industria
720 Litros

Una de las medidas implementadas para optimizar el uso del agua es el sistema de riego por goteo. Mediante este sistema, la planta recibe la cantidad exacta de agua que necesita evitando infiltraciones y pérdidas.

Los consumos de agua según el tipo de proceso han sido los siguientes:

CONSUMO DE AGUA

| PROCESO | 2011 (m ³) | 2012 (m ³) |
|-------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Aguas Riego | 21.761.492 | 25.275.302 |
| Aguas Plantas + Bodegas | 808.881 | 845.452 |
| TOTAL | 22.570.373 | 26.120.754 |

El aumento en el consumo de agua se debe a un incremento de la superficie de viñedos plantados, lo cual genera mayor superficie de riego.



Biodiversidad

El Programa de Conservación de Bosque Nativo de Viña Concha y Toro tiene por objetivo principal la protección del bosque natural del tipo esclerófilo que se encuentra dentro de la superficie de terrenos de la compañía. A diciembre 2012, se cuenta con 3.272 hectáreas de bosque registradas como bosque nativo ante la Corporación Nacional Forestal (CONAF).

Las áreas declaradas a continuación como protegidas corresponden a declaraciones de bosque nativo del tipo esclerófilo, adyacentes a la operación e ingresadas ante la CONAF. El resto de áreas corresponden a mediciones aproximadas de los distintos fundos mostrando las áreas que no serán plantadas y que reciben el trato de áreas protegidas privadas, adyacentes a la operación, de tipo esclerófilo y aún sin declaración formal.

| BOSQUES NATURALES PROTEGIDOS (Fundo) | UBICACIÓN (Región y Comuna) | SUPERFICIE (ha) | SUPERFICIE TOTAL DEL FUNDO (ha) |
|--------------------------------------|--|-----------------|---------------------------------|
| Villa Alegre | Región del Maule, comuna de San Javier | 283 | 639 |
| Rucahue | Región de O'Higgins, comuna de San Vicente | 106 | 305 |
| Peumo | Región de O'Higgins, comuna de Peumo | 476 | 1.310 |
| Ucúquer | Región de O'Higgins, comuna de Litueche | 235 | 971 |
| Rauco | Región de O'Higgins, comuna de Rauco | 458 | 1.142 |
| Santa Raquel | Región del Maule, comuna de Péncahue | 38 | 597 |
| Lourdes | Región del Maule, comuna de Péncahue | 77 | 1.513 |
| Palo Santo | Región de O'Higgins, comuna de Litueche | 84 | 372 |
| Idahue | Región de O'Higgins, comuna de San Vicente | 1.515 | 2.327 |
| TOTAL ÁREA PROTEGIDA | | 3.272 | 9.176 |



SUSTENTABILIDAD
CONCHA Y TORO



| ÁREA PROTEGIDA ADYACENTE (Fundo) | UBICACIÓN (Región y Comuna) | SUPERFICIE (ha) | SUPERFICIE TOTAL DEL FUNDO (ha) |
|----------------------------------|--|-----------------|---------------------------------|
| El Boldo | Región del Maule, comuna de Cauquenes | 50 | 857 |
| Lourdes | Región del Maule, comuna de Pénahue | 9 | 1.513 |
| El Mirador | Región del Maule, comuna de Molina | 28 | 200 |
| Las Pataguas | Región de O'Higgins, comuna de Pichidegua | 188 | 251 |
| El Triángulo | Región de Valparaíso, comuna de Casablanca | 3 | 165 |
| Los Perales | Región de Valparaíso, comuna de Casablanca | 149 | 282 |
| Lo Ovalle | Región de Valparaíso, comuna de Casablanca | 2 | 137 |
| Nueva Aurora | Región de Coquimbo, comuna de Punitaqui | 25 | 225 |
| La Granja | Región de Coquimbo, comuna de Punitaqui | 5 | 487 |
| La Chica | Región de Coquimbo, comuna de Punitaqui | 2 | 162 |
| TOTAL ÁREA PROTEGIDA | | 461 | 4.279 |

EN11

EN14

Con el apoyo del Instituto de Ecología y Biodiversidad (IEB) se realizaron inventarios de biodiversidad para caracterizar la flora y la fauna, y a futuro generar planes específicos de conservación ajustados a la realidad y necesidades particulares de cada fundo. A diciembre 2012, se han inventariado 1.217 hectáreas equivalentes al 37% de la superficie total de bosque nativo de la compañía, acción realizada con el fin de evaluar la flora, fauna y microfauna de estos sectores y finalmente proponer alternativas de conservación.



| SUPERFICIE INVENTARIADA | |
|---------------------------------|-----------------|
| FUNDO | SUPERFICIE (ha) |
| Peumo | 476 |
| Rauco | 458 |
| Villa Alegre | 283 |
| TOTAL | 1.217 |
| TOTAL BOSQUE NATURAL | 3.272 |
| % DE BOSQUE INVENTARIADO | 37% |

Los resultados de los inventarios muestran efectos positivos en la biodiversidad, en espacios naturales protegidos o áreas de alta biodiversidad no protegida. Existen especies animales, en distinto grado de peligro de extinción, cuyo hábitat se encuentra en buen estado de conservación y situado dentro de los bosques naturales de la compañía.

EN12

EN15

| ESPECIES ANIMALES EN BOSQUES NATURALES | | | | | | | | |
|--|----------------|------|-----------|----------|------------------|--------|-------------|-----------|
| FUNDO | N° DE ESPECIES | | | | TIPO DE ESPECIES | | | |
| | Reptiles | Aves | Mamíferos | Anfibios | Endémica | Nativa | Introducida | Doméstica |
| Peumo | 3 | 36 | 5 | - | 7 | 33 | 2 | 2 |
| Rauco | 2 | 37 | 3 | 1 | 4 | 35 | - | - |
| Villa Alegre | 3 | 28 | 2 | - | 26 | 4 | - | - |



EN15

En la siguiente tabla, se muestran las especies vegetales. Según el libro Rojo de la VI Región, Chagual (*Puya Chilensis*) encontrada en fundos Peumo y Rauco, y Patagua (*Crinodendron Patagua*) encontrado en fundos Villa Alegre y Rauco, son considerados especies vulnerables, sin embargo no muestran problemas de conservación.

| ESPECIES VEGETALES EN BOSQUES NATURALES | | |
|---|--|----------------------------|
| FUNDO | ESPECIE | N° TOTAL TAXONES VEGETALES |
| Peumo | Boldo / Tevo Salvia macho Litre / Colihue Romerillo / Olivo | 103 |
| Rauco | Boldo / Tevo Litre / Espino Quillay / Peumo Maqui / Bollen y Mora | 98 |
| Villa Alegre | Boldo / Quillay Espino / Tralhuen Mora / Peumo Litre | 87 |

El tema de biodiversidad es un eje central en el ámbito de recursos en el cual la compañía seguirá trabajando según lo establecido en la Estrategia de Sustentabilidad.

Gestión de Externalidades

La gestión de externalidades, segundo foco del pilar medio ambiente, se centra en la gestión de emisiones, residuos, reducción de materiales y reciclaje.

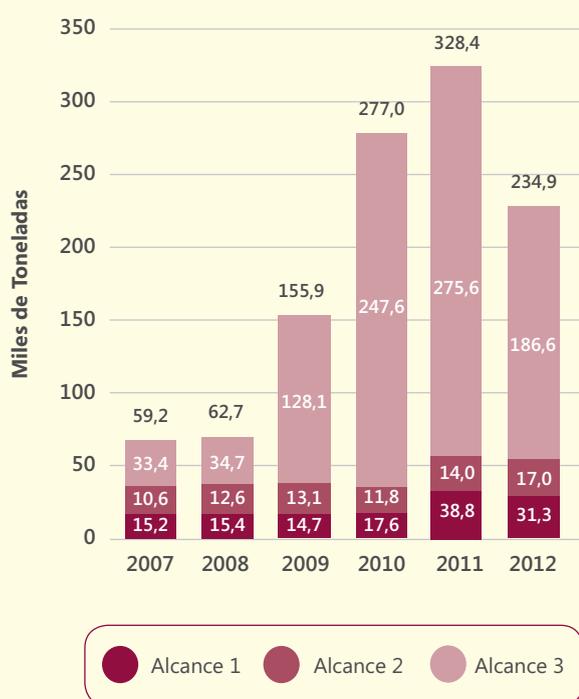
Emisiones GEI

Concha y Toro continúa avanzando en el cálculo de su huella de carbono, la cual es verificada anualmente por un auditor externo. El inventario de emisiones de gases efectos invernadero se desarrolla desde el año 2007 como la primera iniciativa tanto del Área de Desarrollo Sustentable como de la compañía en esta materia.

El cálculo de la huella de carbono incluye los alcances 1, 2 y 3 y ha sido desarrollado de acuerdo a "The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard" del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y el World Resources Institute (WRI).

Para el año 2011 y 2012 los resultados de la huella de carbono se muestran en el siguiente gráfico. La disminución de 28% respecto al año 2011 se explica por la inclusión por factores de emisión ajustados de los insumos específicos de la viña. Éstos fueron generados por los proveedores bajo el programa "Proveedores, Sustentabilidad y Huella de Carbono" iniciado en 2011.

**HUELLA DE CARBONO CONSOLIDADA
CONCHA Y TORO
POR SCOPE 2007 - 2012**

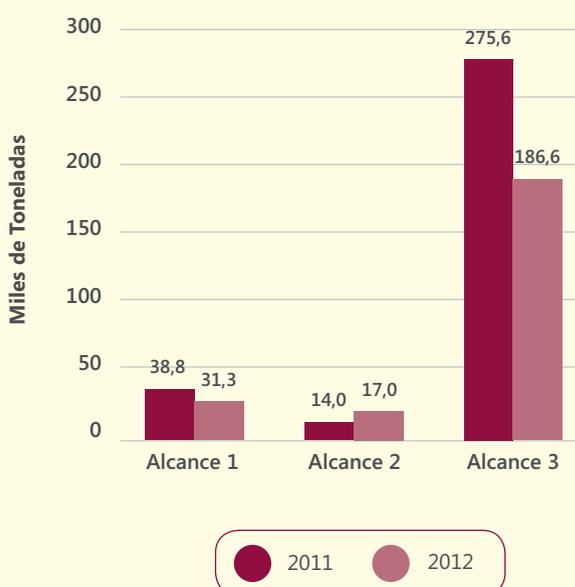


La disminución más significativa de la huella de carbono se encuentra en el alcance 3. Esto se debe principalmente a la incorporación del nuevo factor de emisión del vidrio. Hasta el 2011 se utilizaba el valor de 2,2 kgCO₂e/kg vidrio, en cambio en el último año el valor utilizado disminuyó a 1 kgCO₂e/kg vidrio).

Por otra parte, las emisiones indirectas de gases de efecto invernadero de Concha y Toro respecto al año 2011 disminuyeron un 32,7%, debido principalmente a la reducción de las emisiones por embalaje y envasado (utilización de botellas, cajas, envases Tetra,

Bag In Box, tabiques, etiquetas, tapas y corchos) y en menor proporción por las emisiones causadas por las compras de productos (ácido tartárico, bentónica y uva), a pesar del incremento de las mismas producidas en el transporte (viajes de negocios, exportaciones, transporte nacional de productos y compras de uva), tal como se muestra a continuación.

TONELADAS DE CO₂e POR SCOPE



| TIPO DE EMISIÓN | 2011 (t CO ₂ e) | 2012 (t CO ₂ e) | VARIACIÓN % |
|-------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------|
| Embalaje/Envasado | 184.007 | 96.593 | -47,5% |
| Transporte | 39.905 | 45.830 | 14,8% |
| Compra Productos | 51.706 | 44.194 | -14,5% |
| TOTAL | 275.617 | 186.617 | -32,3% |

EN16

EN17

EN18

EN26

Durante el período 2010-2012 la compañía logró reducir sus emisiones en 20.417 toneladas de CO₂e debido al uso de botellas livianas. De esta reducción, 84% corresponde al menor consumo de vidrio y el 16% restante a la disminución de emisiones por efecto de transporte. Este análisis considera el nuevo factor de emisión del vidrio.

CONSUMO DE VIDRIO EN BOTELLAS

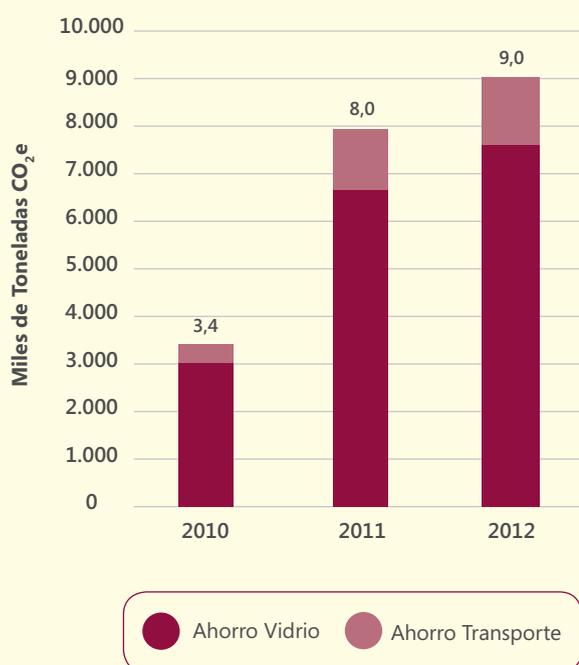
| AÑO | VIDRIO TOTAL UTILIZADO (t) | ESCENARIO SIN BOTELLA LIVIANA (t) | AHORRO EN VIDRIO (t) |
|--------------|----------------------------|-----------------------------------|----------------------|
| 2010 | 89.295 | 92.352 | 3.057 |
| 2011 | 73.454 | 80.387 | 6.933 |
| 2012 | 76.598 | 84.419 | 7.821 |
| TOTAL | 239.347 | 257.158 | 17.811 |

DISMINUCIÓN DE EMISIONES POR USO DE BOTELLA LIVIANA

| AÑO | AHORRO VIDRIO (t CO ₂ e) | AHORRO TRANSPORTE (t CO ₂ e) | AHORRO TOTAL (t CO ₂ e) |
|--------------|-------------------------------------|---|------------------------------------|
| 2010 | 2.938 | 491 | 3.430 |
| 2011 | 6.663 | 1.302 | 7.965 |
| 2012 | 7.517 | 1.506 | 9.022 |
| TOTAL | 17.118 | 3.299 | 20.417 |



**DISMINUCIÓN ANUAL DE EMISIONES POR
USO DE BOTELLAS LIVIANAS**



Al analizar las emisiones asociadas al transporte de producto y viajes de negocio, se observa un incremento general del 7,5%. Esto se explica por el incremento de las ventas experimentado en el periodo.

EN29

| EMISIONES POR TRANSPORTE | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|---------------|
| TIPO | 2011 (t CO ₂ e) | 2012 (t CO ₂ e) | VARIACIÓN (%) |
| Transporte marítimo (exportación) | 30.102 | 32.834 | 9,1 |
| Transporte terrestre (exportación) | 4.152 | 4.261 | 2,6 |
| Transporte aéreo (exportación) | 406 | 719 | 77,1 |
| Distribución nacional (Comercial Peumo) | 3.439 | 3.345 | -2,7 |
| Viajes de negocio | 1.806 | 1.748 | -3,2 |
| TOTAL | 39.905 | 42.907 | 7,5 |



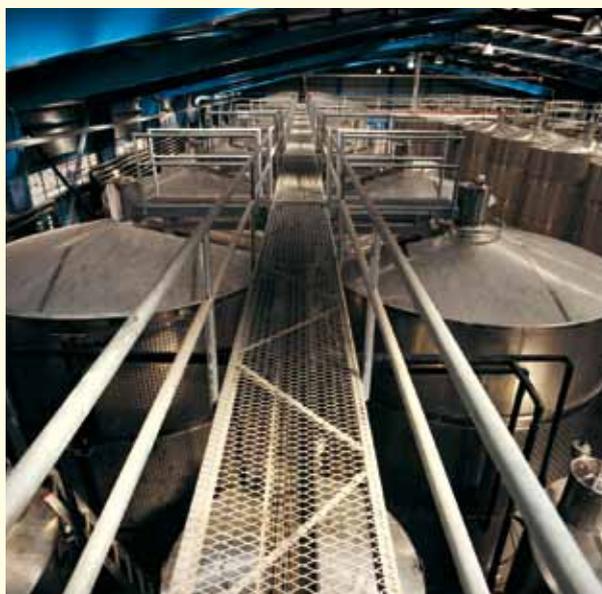
EN19

Por otra parte el consumo de gases refrigerantes, asociado principalmente a emisiones fugitivas de los sistemas de refrigeración en bodegas de vinificación, ha disminuido un 42,7%, mientras que las emisiones muestran una disminución del 40,9%.

Esta disminución se debe a la incorporación de nuevas tecnologías durante la última década, lo que ha permitido reducir sistemáticamente la fuga de refrigerante.

CONSUMO Y EMISIONES DE GASES REFRIGERANTE

| REFRIGERANTE | 2011 | | 2012 | |
|--------------|--------------|---------------------------------|--------------|---------------------------------|
| | CONSUMO (kg) | EMISIONES (t CO ₂ e) | CONSUMO (kg) | EMISIONES (t CO ₂ e) |
| HCFC-22 | 4.471 | 8.092 | 2.505 | 4.535 |
| HFC-134 | 837 | 836 | 259 | 259 |
| R-404-A | 22 | 71 | - | - |
| HFC-407 | - | - | 113 | 182 |
| HFC-141b | - | - | 176 | 335 |
| TOTAL | 5.330 | 8.999 | 3.053 | 5.311 |



De manera adicional al cálculo de la huella de carbono, Concha y Toro ha realizado distintas iniciativas en torno a la gestión de carbono. Durante 2011, la compañía ingresó a la Bolsa Climática de Santiago (SCX) en calidad de socio fundador, la cual constituye una iniciativa pionera en la transacción de bonos de carbono en Latinoamérica. Esto le permitió a la compañía participar en este mercado y posicionarse como líder, al realizar la primera transacción en ésta. Dicha operación se realizó en el contexto del proyecto carbono neutral de la línea Sunrise para el mercado nórdico. Para lograr esta certificación, Sunrise compensó las emisiones de CO₂ producidas a lo largo de todo su proceso productivo y posterior distribución a Suecia, Noruega, Finlandia y Dinamarca.

A través de SCX, la compañía adquirió bonos de carbono del proyecto de energía renovable Central Hidroeléctrica Lircay. De esta manera, Concha y Toro disminuyó su impacto al medioambiente mediante una reducción de emisiones de 4.300 toneladas de CO₂ anuales, transformado a Sunrise en el primer producto carbono neutral de la compañía.

WE WANT THE WORLD TO ALWAYS ENJOY SUNRISE

Concha y Toro neutraliza su marca Sunrise para los países Nórdicos

Sunrise midió y neutralizó su huella de carbono para así compensar al medio ambiente por sus emisiones de CO₂ emitidas a lo largo del proceso productivo.

Esto es una acción voluntaria; decidimos ir un paso más allá al neutralizar la huella de carbono desde la cosecha hasta las bodegas de nuestros distribuidores.

Revisa nuestro video y aprende más acerca de nuestra iniciativa y del proyecto sustentable al cual estamos apoyando.

www.sunrise-wine.com

YouTube <http://www.youtube.com/sunrisewines>



TRANSACCIÓN
SUNRISE SCX



Durante 2012, las filiales de distribución de Concha y Toro en Suecia, Finlandia, Noruega y Brasil neutralizaron sus emisiones a través de la Bolsa de Clima de Santiago. Para esta iniciativa se adquirieron 762 toneladas de CO₂ del Proyecto BEASA de energías renovables, ubicado en Brasil.

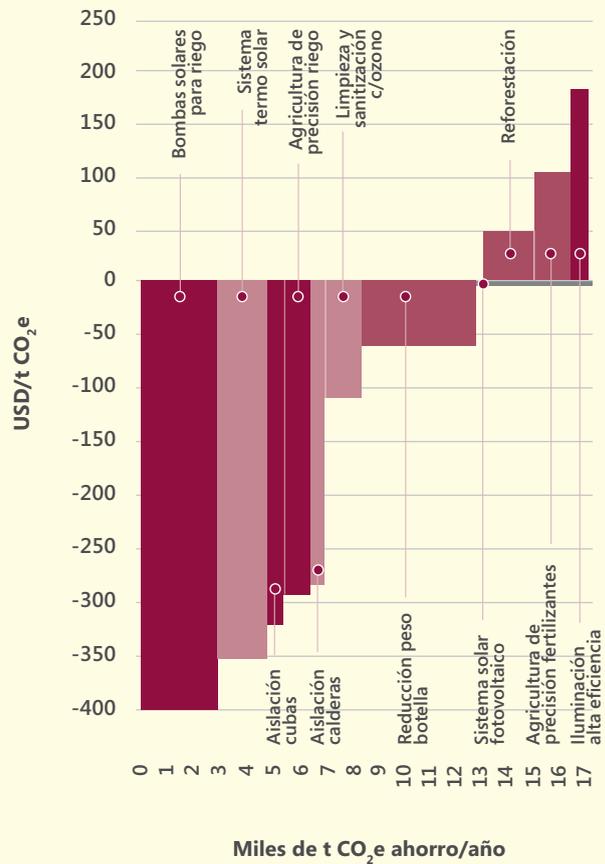


TRANSACCIÓN OFICINAS SCX



Paralelamente, se elaboró la primera Curva de Costos Marginales de Abatimiento de CO₂ de la industria vitivinícola nacional. Esta herramienta de gestión identifica estrategias de reducción costo-efectivas para la viña. Se analizaron 11 alternativas de proyectos y los resultados presentaron un potencial de reducción cercano a las 17 mil toneladas de CO₂, representando un 32% de las emisiones asociadas a combustible y electricidad, generando ahorros en torno a los US\$ 2 millones anuales.

CURVA DE COSTOS MARGINALES DE ABATIMIENTO DE CO₂



EN20 Con respecto a otras emisiones al aire, durante el año 2012 las emisiones generadas han sido las siguientes:

| OTRAS EMISIONES | | | | | |
|-----------------|---------------------------|----------|----------|-----------|---------|
| | CONSUMO (m ³) | SOx (kg) | NOx (kg) | MP10 (kg) | CO (kg) |
| Diesel | 2.658 | 45.291 | 6.379 | 319 | 1.595 |
| Gas | 2.818 | 27 | 2.254 | 343 | 4 |

Residuos

RESIDUOS INDUSTRIALES LÍQUIDOS

La compañía dispone de 5 plantas de tratamiento de residuos industriales líquidos. Además, monitorea constantemente sus parámetros fisicoquímicos a fin de dar cumplimiento a la normativa ambiental actual.

La primera planta de tratamiento de lodos activados aireados se construyó en el año 1999 en la bodega de Lontué. En la actualidad, todas las plantas de tratamiento se rigen por el Decreto Supremo DS N° 90/2000 "Norma de Emisión para la Regulación de Contaminantes Asociados a las Descargas de Residuos Líquidos a Aguas Marinas y Continentales Superficiales".

EN21

| GENERACIÓN DE RILES | | | | |
|---------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------|--|
| INSTALACIÓN | VOLUMEN 2011 (m ³) | VOLUMEN 2012 (m ³) | TRATAMIENTO | DESTINO |
| San Javier | 29,2 | 25,8 | Lodos activados | Agua continental superficial |
| Chimbarongo | 71,0 | 101,3 | | Terceros (Sanitaria) contrato con Biodiversa |
| Curicó | 14,8 | 20,1 | Tranques de Acumulación | Sistema de Disposición: Riego por aspersión |
| Lourdes | 29,1 | 34,5 | Lodos activados | Agua continental superficial |
| Lontué | 182,1 | 179,9 | Lodos activados | Agua continental superficial |
| Mercedes-Lolol | 9,2 | 9,0 | Tranques de Acumulación | Sistema de Disposición: Riego por aspersión |
| Peralillo | 4,4 | 3,4 | Tranques de Acumulación | Sistema de Disposición: Riego por aspersión |
| Cachapoal | 31,1 | 17,3 | Lodos activados | Agua continental superficial |
| Pirque | 204,9 | 207,2 | Lodos activados | Agua continental superficial |
| Puente Alto | 24,6 | 24,1 | | Terceros (Sanitaria) contrato con Ecoriles |
| Nueva Aurora | 9,1 | 11,7 | Tranques de Acumulación | Sistema de Disposición: Riego por tendido |
| Lo Espejo | 149,2 | 161,1 | | Terceros (Sanitaria) contrato con Ecoriles |
| Vespucio | 50,0 | 50,0 | | Terceros (Sanitaria) contrato con Ecoriles |
| TOTAL | 808,8 | 845,5 | | |

EN22

RESIDUOS INDUSTRIALES SÓLIDOS

Los residuos peligrosos se manejan directamente en cada planta. Se trata de pequeñas cantidades entre las cuales se encuentran tóneres, pilas, ampolletas, tubos fluorescentes, envases de tinta, envases de spray, aceite y tambores vacíos de productos químicos. Estos residuos son gestionados adecuadamente por una empresa externa quien los transporta finalmente a la empresa receptora Hidronor Chile S.A.

Los residuos no peligrosos generados por la compañía están compuestos principalmente por materiales de envasado (papel, cartón, plástico, entre otros) y residuos del proceso de vinificación (orgánicos como orujos, escobajos, entre otros).

EN2

Desde hace varios años, una parte de los residuos orgánicos (orujos y escobajos) producidos en la fabricación de vino se reúsan como abono para los fundos a través de un proceso de solarización. El resto de los residuos son vendidos para su reciclaje y producción de ácido tartárico. Durante el año reportado las toneladas generadas aumentaron en un 25% respecto del año anterior. En la actualidad, el 100% de estos residuos están siendo valorizados.

RECICLAJE Y REUTILIZACIÓN DE RESIDUOS

| MÉTODO DE TRATAMIENTO | NOMBRE DEL RESIDUO | CANTIDAD (t) | |
|-----------------------|--------------------|---------------|---------------|
| | | 2011 | 2012 |
| RECICLAJE | Orujo y escobajo | 19.729 | 24.856 |
| RECICLAJE | Borras | 4.604 | 4.806 |
| REUTILIZACIÓN | Orujo y escobajo | 3.813 | 17.983 |
| TOTAL | | 38.146 | 47.645 |

Por otra parte, los materiales de envasados generaron las siguientes cantidades de residuos que son 100% reciclados. Cabe destacar que en 2012 la generación de residuos en esta categoría disminuyó a un 27% principalmente gracias a las mejoras operativas en las plantas de Pirque y Vespucio.

RESIDUOS DE ENVASADO

| MATERIAL | 2011 (t) | 2012 (t) | DISPOSICIÓN FINAL |
|--------------|--------------|--------------|--|
| Vidrio | 1.982 | 1.091 | Cristalerías Toro S.A. Recuperadora de Excedentes Industriales |
| Plástico | 276 | 290 | Plaserco S.A. Recuperadora de Excedentes Industriales |
| Cartón | 817 | 861 | Sorepa S.A. Recuperadora de Excedentes Industriales |
| TOTAL | 3.075 | 2.242 | |



El 38% de los residuos orgánicos que genera la operación se destina a la producción de compost.

Por otra parte, en Concha y Toro no existen antecedentes registrados por el Área de Prevención de Riesgos que hagan referencia a derrames que hayan generado residuos. En el caso que se produjeran derrames de sustancias químicas en las instalaciones de la compañía, ésta dispone de un instructivo de actuación aplicable a todas las personas que se encuentren en las dependencias.

EN23

Procesos y Mejora Continua



Estándares y Certificaciones

En 2012 Viña Concha y Toro y sus filiales obtuvieron la certificación del Código de Sustentabilidad entregado por Vinos de Chile, a través de Consorcios Tecnológicos del Vino y Tecnovid. Esta certificación demuestra que la compañía cumple con el estándar nacional de la industria y promueve las buenas prácticas a lo largo de su cadena productiva (viñedo, bodega y proceso de envasado). Esta certificación se hace extensiva a las viñas Palo Alto, Maycas del Limarí, Viña Maipo y Viña Canepa, quienes podrán, al igual que Concha y Toro, exhibir un ecoetiquetado en sus botellas.

Con esta certificación se da inicio a un proceso cuyas siguientes fases incluyen auditorías y acreditación en el ámbito social, bodegas y plantas de envasado.



Capacitación y Difusión Ambiental

Considerando la importancia de compartir las prácticas realizadas por la propia compañía en materia ambiental y desarrollar programas formativos en áreas específicas, la viña centra este foco estratégico en la capacitación y difusión entre sus empleados en materia ambiental a fin de tener implementada y difundida una política corporativa integral.



POLÍTICA AMBIENTAL

Cada etapa de la elaboración de nuestros vinos, desde el viñedo hasta la botella, está marcada por un profundo respeto por la naturaleza, y una constante búsqueda y compromiso con la excelencia.

Por lo mismo, nos distinguimos por elaborar vinos de excelente calidad respetando la naturaleza, su armonía y equilibrio, con un especial cuidado del medio ambiente, junto a un manejo delicado e integrado del hombre dentro del viñedo y la bodega.



Al ingresar a la viña los trabajadores deben realizar una serie de cursos del Programa de Inducción Corporativa mediante la plataforma electrónica "Cultivate". Entre estos programas destaca el e-learning de Sustentabilidad, iniciado en enero de 2012 y que tiene por objetivo profundizar y difundir las distintas iniciativas de la compañía. Durante este periodo se capacitó a 360 personas de las cuales el 44% realizó la inducción vía e-learning, mientras que el 56% restante se capacitó a través del Manual de Inducción Corporativa.

Paralelamente se capacitó a 261 empleados de 10 instalaciones en materia de APL II (Acuerdos de Producción Limpia). Entre los temas abordados destacan: biodiversidad, calidad del agua, manejo de desechos, eficiencia energética, impacto del cambio climático, entre otros.

E- LEARNING



INVERSIONES AMBIENTALES

En 2012, Cocha y Toro realizó inversiones por un monto superior a \$3.000 millones por concepto de tratamiento de aguas y otras obras de infraestructura, maquinaria y equipo. Esto se suma a otras inversiones de menor envergadura que no se muestran en los datos presentados de la tabla adjunta.

| TIPO DE GASTO | 2011 (MM\$) | 2012 (MM\$) |
|--|----------------|----------------|
| Tratamiento de Riles | 730,5 | 912,9 |
| Construcciones y Obras de Infraestructura, Maquinarias y Equipos | 2.333,6 | 2.137,0 |
| TOTAL | 3.064,1 | 3.049,9 |



Nuestro primer reporte de sustentabilidad despliega una serie de iniciativas, las cuales la viña ha desarrollado con entusiasmo y participación de diversas áreas de la compañía.

Entendemos que el camino que hemos decidido emprender estará lleno de desafíos en los distintos ámbitos de la gestión de la sustentabilidad. Sin embargo, la viña se ha comprometido a seguir trabajando día a día para lograr su objetivo final de

**Retribuir en cada botella,
lo que la tierra nos ha dado.**



EN30

4.7

LA11



Índice de Contenidos del GRI

| INDICADOR | DESCRIPCIÓN | PÁGINA |
|----------------------------------|--|----------------------------|
| PERFIL | | |
| Estrategia y Análisis | | |
| 1.1 | Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia. | 6 |
| 1.2 | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades. | 51-57-62-63-65-74-84-93-98 |
| Perfil de la Organización | | |
| 2.1 | Nombre de la organización. | Contraportada |
| 2.2 | Principales marcas o servicios. | 44-45 |
| 2.3 | Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures). | 12-18-19-30-32 |
| 2.4 | Localización de la sede principal de la organización. | Contraportada |
| 2.5 | Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria. | 10 |
| 2.6 | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | 30 |
| 2.7 | Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios). | 10 |
| 2.8 | Dimensiones de la organización informante incluido número de empleados, ventas netas o ingresos netos, capitalización total desglosada en término de deuda y patrimonio neto, cantidad de productos o servicios prestados, activos totales, propietario efectivo y desglose por país/región de las ventas/ingresos por países/regiones que constituyan un 5% o más de los ingresos totales, de los costes por países/regiones que constituyan un 5% o más de los ingresos totales. | 17 |
| 2.9 | Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos la localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones; y los cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado). | 12 |
| 2.10 | Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo. | 46-47 |
| Parámetros de la Memoria | | |
| Perfil de la Memoria | | |
| 3.1 | Periodo cubierto por la información contenida en la memoria. | 4 |
| 3.2 | Fecha de la memoria anterior más reciente. | 4 |
| 3.3 | Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.). | 4 |
| 3.4 | Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido. | Contraportada |

| | | |
|------|---|---|
| | Alcance y Cobertura de la Memoria | |
| 3.5 | Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: la determinación de la materialidad, la prioridad de los aspectos incluidos en la memoria y la identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria. | 4-54 |
| 3.6 | Cobertura de la memoria (países, filiales, instalaciones arrendadas, etc.). | 5 |
| 3.7 | Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. | 5 |
| 3.8 | La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (JV), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones. | No aplica al tratarse el primer reporte |
| 3.9 | Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria. | 5-77-81-82-86-90-91 |
| 3.10 | Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión. | No aplica |
| 3.11 | Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria. | No aplica |
| | Índice del Contenido del GRI | |
| 3.12 | Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria. | 118 |
| | Verificación | |
| 3.13 | Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación. | Se espera empezar a verificar el Reporte a partir de la versión 2013. |
| | Gobierno, Compromisos y Participación de los Grupos de Interés | |
| | Gobierno | |
| 4.1 | La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. | 22-23-24-27 |
| 4.2 | Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo. | 22 |
| 4.3 | En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. | 22 |
| 4.4 | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. | 27 |
| 4.5 | Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental). | 25 |
| 4.6 | Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno. | 29 |



| | | |
|------|--|--|
| 4.7 | Procedimientos de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos. | 117 Concha y Toro dispone de procedimientos de elección tanto para directivos como para empleados. |
| 4.8 | Declaración de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación. | 16-26-28-54 |
| 4.9 | Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios. | 23-26 |
| 4.10 | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social. | 23 La evaluación de dicho desempeño se realizará a partir de 2013 trimestralmente a través de informes de gestión en sustentabilidad. |
| | Compromisos con Iniciativas Externas | |
| 4.11 | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. | 51 |
| 4.12 | Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe. | 94-95 |
| 4.13 | Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya y: esté presente en los órganos de gobierno, participe en proyectos o comités, proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios, tenga consideraciones estratégicas. | 52 |
| | Participación de los Grupos de Interés | |
| 4.14 | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido. | 52 |
| 4.15 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. | 52 |
| 4.16 | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés. | 4-53 |
| 4.17 | Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria. | 53 |
| | Enfoque de Gestión e Indicadores de Desempeño | |
| 5 | Enfoque de gestión e Indicadores de desempeño. | 54 |
| | INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | |
| | Desempeño Económico | |
| EC1 | Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos. | 55 |
| EC2 | Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático. | 58 |

| | | |
|---------------|--|--|
| EC3 | Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. | 89 |
| EC4 | Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. | 41 |
| | Presencia en el Mercado | |
| EC5 Adicional | Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | La compañía tiene como política que todo trabajador obtiene un sueldo superior al mínimo legal. |
| EC6 | Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | 66 No existen criterios de selección de proveedores por localización. |
| EC7 | Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | Los ejecutivos y directivos de las principales operaciones de la viña son locales. Concha y Toro dispone de procedimientos definidos para la solicitud, búsqueda y contratación de personas. |
| | Impactos Económicos Indirectos | |
| EC8 | Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie. | 94 |
| EC9 Adicional | Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos. | - |
| | INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL | |
| | Materiales | |
| EN1 | Materiales utilizados, por peso o volumen. | 71 |
| EN2 | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. | 114 |
| | Energía | |
| EN3 | Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. | 99 |
| EN4 | Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. | 99 |
| EN5 Adicional | Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. | 100 |
| EN6 Adicional | Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. | No aplica |
| EN7 Adicional | Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas. | 88 |



| | | |
|----------------|---|---------|
| | Agua | |
| EN8 | Captación total de agua por fuentes. | 100 |
| EN9 Adicional | Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. | - |
| EN10 Adicional | Porcentaje de volumen total de agua reciclada y reutilizada. | - |
| | Biodiversidad | |
| EN11 | Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas. | 104 |
| EN12 | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas. | 105 |
| EN13 Adicional | Hábitats protegidos o restaurados. | 102 |
| EN14 Adicional | Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad. | 104 |
| EN15 Adicional | Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie. | 105-106 |
| | Emisiones, Vertidos y Residuos | |
| EN16 | Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. | 107 |
| EN17 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. | 107 |
| EN18 Adicional | Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. | 108 |
| EN19 | Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso. | 110 |
| EN20 | NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso. | 112 |
| EN21 | Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. | 113 |
| EN22 | Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. | 114 |
| EN23 | Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos. | 115 |
| EN24 Adicional | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | - |
| EN25 Adicional | Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante. | - |

| | | |
|----------------|--|---|
| | Productos y Servicios | |
| EN26 | Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto. | 68-70-108 |
| EN27 | Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalajes, que son reclamados al final de su vida útil, por categoría de productos. | La preocupación por la cantidad de embalaje ha hecho que Concha y Toro utilice la menor cantidad posible de packaging. A nivel nacional los pallets son gestionados por el propio cliente. A nivel internacional, son reusados pues estos son arrendados. |
| | Cumplimiento Normativo | |
| EN28 | Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental. | Concha y Toro no recibió multas significativas por incumplimiento en materias ambientales durante 2012. |
| | Transporte | |
| EN29 Adicional | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. | 109 |
| | General | |
| EN30 Adicional | Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. | 117 |
| | INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | |
| | Empleo | |
| LA1 | Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. | 75 |
| LA2 | Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región. | 81 |
| LA3 Adicional | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal. | - |
| LA15 | Reincorporación al trabajo y tasa de retención luego de permiso paternal, por género. | 90 |
| | Relación Empresa / Trabajadores | |
| LA4 | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. | 83 |
| LA5 | Periodos mínimos de preaviso relativos a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. | 24 |
| | Salud y Seguridad en el Trabajo | |



| | | |
|----------------|--|---|
| LA6 Adicional | Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo. | 91 |
| LA7 | Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. | 91 |
| LA8 | Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. | 92 |
| LA9 Adicional | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. | 83 |
| | Formación y Educación | |
| LA10 | Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. | 85 |
| LA11 Adicional | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales. | 87-117 |
| LA12 Adicional | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional. | 84 |
| | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | |
| LA13 | Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. | 78 |
| | Igualdad de Retribución entre Mujeres y Hombres | |
| LA14 | Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categorías profesionales. | 82 |
| | DERECHOS HUMANOS | |
| | Prácticas e Inversiones de Abastecimiento | |
| HR1 | Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. | 67 |
| HR2 | Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia. | El cumplimiento del Código de Conducta de Proveedores será auditado a contar de 2013. |
| HR3 Adicional | Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. | - |
| | No Discriminación | |
| HR4 | Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. | 27 |
| | Libertad de Asociación y Convenios Colectivos | |
| HR5 | Actividades de la Compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. | 66 |
| | Explotación Infantil | Estos aspectos están incluidos en el Código de Conducta de Proveedores. |

| | | |
|---------------|---|---|
| HR6 | Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | 66 |
| | Trabajos Forzados | Estos aspectos están incluidos en el Código de Conducta de Proveedores. |
| HR7 | Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | |
| | Prácticas de Seguridad | |
| HR8 Adicional | Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades. | - |
| | Derechos de los Indígenas | |
| HR9 Adicional | Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. | - |
| | Evaluación | |
| HR10 | Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos. | 64 |
| | Medidas Correctivas | |
| HR11 | Número de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, abordadas y resueltas a través de los mecanismos de reclamo formal. | 27 |
| | SOCIEDAD | |
| | Comunidades Locales | |
| SO1 | Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa. | 94-96 No se ha registrado incidentes. |
| SO9 | Operaciones con impactos negativos significativos potenciales o actuales en las comunidades locales. | No se han levantado impactos significativos en las comunidades locales. |
| SO10 | Prevención y medidas de mitigación implementados en operaciones con impactos negativos significativos potenciales o actuales en las comunidades locales. | |
| | Corrupción | |
| SO2 | Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. | 28 |
| SO3 | Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización. | 28 |
| SO4 | Medidas tomadas en respuestas a incidentes de corrupción. | No se ha registrado incidentes de corrupción hacia la organización o entre alguno de sus empleados. |
| | Política Pública | |
| SO5 | Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". | Concha y Toro no participa en el desarrollo de políticas públicas ni en actividades de lobbying. |



| | | |
|------------------|---|--|
| SO6 Adicional | Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países. | - |
| | Comportamiento de Competencia Desleal | |
| SO7 Adicional | Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. | 29 |
| | Cumplimiento Normativo | |
| SO8 | Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. | No se han producido sanciones ni multas significativas. |
| | RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS | |
| | Salud y Seguridad del Cliente | |
| PR1 | Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación. | 43-59-60-61 |
| PR2 Adicional | Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | - |
| | Etiquetado de Productos y Servicios | |
| PR3 | Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. | 61-68 |
| PR4 Adicional | Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | 61 |
| PR5 Adicional | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. | Concha y Toro realiza encuestas de satisfacción al cliente de manera aleatoria y permanente. |
| | Comunicaciones de Marketing | |
| PR6 | Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios. | 60 |
| PR7 Adicional | Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes. | No se han registrado incidentes. |
| | Privacidad del Cliente | |
| PR8 Adicional | Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. | La compañía no ha registrado reclamamos. |
| | Cumplimiento Normativo | |
| PR9 | Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. | No se registran multas relativas a la provisión y uso de sus productos. |

CUESTIONARIO DE RETROALIMENTACIÓN

1. ¿A QUÉ PARTE INTERESADA DE VIÑA CONCHA Y TORO PERTENECE?

- Trabajador
- Cliente
- Proveedor
- Comunidad
- Accionista o inversor
- Asociación o gremio
- Autoridad gubernamental fiscalizadora
- Otro: especificar

2. CALIFIQUE DE 1 A 5 LOS SIGUIENTES CAPÍTULOS EN EL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD, DONDE 1: NADA IMPORTANTE Y 5: MUY IMPORTANTE.

- Mensaje del Gerente General ① ② ③ ④ ⑤
- Viña Concha y Toro ① ② ③ ④ ⑤
- Gobierno Corporativo ① ② ③ ④ ⑤
- Del viñedo al producto ① ② ③ ④ ⑤
- Gestión en Sustentabilidad ① ② ③ ④ ⑤

3. CALIFIQUE EL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD DE CONCHA Y TORO SEGÚN LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS, DONDE 1: MUY MALO Y 5: MUY BUENO.

- Extensión o calidad de información ① ② ③ ④ ⑤
- Utilidad de la información, satisface las expectativas ① ② ③ ④ ⑤
- Presentación y diseño ① ② ③ ④ ⑤
- Organización y distribución de datos ① ② ③ ④ ⑤
- Información clara, ordenada y fácil de entender ① ② ③ ④ ⑤
- Credibilidad y confiabilidad de la información ① ② ③ ④ ⑤

4. DESEA REALIZAR ALGÚN COMENTARIO O SUGERENCIA SOBRE EL PRESENTE REPORTE O PARA EL PRÓXIMO REPORTE:

.....

.....

.....

.....

Diseño:
www.delacallepublicidad.cl

Impresión:
Ograma



CONCHA Y TORO