

Categoría de Riesgo y Contacto

Tipo de Instrumento	Categoría	Contactos	
Bonos, Series A, C y D	AA-	Aldo Reyes D.	56-2-2047315
Títulos Accionarios	Primera Clase Nivel 3	Margarita Andrade P.	Ratings@humphreys.cl

Estado de Resultados (Consolidado)

Conceptos (Miles de pesos)	Año 2000	Var. Real Período	Año 1999	Var. Real Período	Año 1998
Ingresos de Explotación	60.119.712	13,14%	50.757.702	4,86%	47.196.264
Costos de Explotación	(38.344.676)	8,73%	(33.687.692)	5,57%	(31.111.417)
Gastos de Administr. y Venta	(12.546.438)	21,92%	(9.830.122)	7,77%	(8.893.760)
Resultado Operacional	9.228.598	21,76%	7.239.888	(1,84%)	7.191.087
Resultado No Operacional	(2.131.071)	11,28%	(2.294.539)	(53,99%)	(1.452.821)
Utilidad Neta	6.015.105	24,52%	4.614.330	(10,19%)	5.009.759

Valores Nominales.

Balance General (Consolidado)

Conceptos (Miles de pesos)	Año 2000	Var. Real Período	Año 1999	Var. Real Período	Año 1998
Activo Circulante	37.565.463	(8,39%)	39.171.897	26,04%	30.303.264
Activo Fijo	43.216.433	9,56%	37.679.868	3,15%	35.615.161
Otros Activos	10.572.669	43,91%	7.018.207	45,86%	4.691.366
Total Activos	91.354.565	4,05%	83.869.972	15,81%	70.609.791
Pasivo Circulante	16.395.169	2,22%	15.321.461	12,27%	13.305.566
Pasivo Largo Plazo	11.995.387	(32,09%)	16.873.723	73,66%	9.473.915
Patrimonio (más Int. Minorit.)	62.964.009	16,39%	51.674.788	5,34%	47.830.310
Total Pasivos	91.354.565	4,05%	83.869.972	15,81%	70.609.791

Valores Nominales.

Opinión**Fundamento de la Clasificación**

La clasificación de los títulos de deuda y accionarios de Viña Santa Rita S.A. responde, principalmente, al liderazgo que presenta la compañía dentro del mercado de los vinos finos destinados a la exportación y a su posición relevante en el mercado nacional, especialmente con su marca tradicional "120".

También, se consideran el respaldo de un grupo controlador – Grupo Claro – de gran importancia a nivel local y con una política de bajo endeudamiento dentro de sus inversiones, la ventaja de contar con el principal proveedor de envases de vidrios entre sus accionistas y el apoyo comercial y estratégico de Les Domaines Barons de Rothschild, con una importante cadena de distribución de vinos en Europa.

También la solidez de la empresa se manifiesta en la capacidad de innovación en cuanto a productos y formatos en el mercado nacional así como a la extensa red de distribución en nuestro país, en la calidad de distribuidores identificados con la marca Santa Rita en el extranjero y a la diversidad de destinos de las ventas al exterior.

No obstante lo anterior, dentro de los desafíos de la compañía está en posicionarse como una marca reconocida a nivel internacional, dentro de un contexto cada vez más competitivo especialmente por la importancia exportadora de otros países del hemisferio sur.

Por otra parte, la clasificación reconoce los riesgos propios del sector vitivinícola chileno; entre ellos, la alta volatilidad en el precio de la uva, la sensibilidad de este insumo a las condiciones climatológicas, la exposición cambiaría por tratarse de una industria exportadora y eventuales barreras proteccionistas de los mercados de consumo.

Finalmente, la clasificación de los títulos accionarios incorpora la liquidez bursátil de las acciones, la cual a la fecha de clasificación se sitúa en torno al 45%.

Perspectivas de la Clasificación

En nuestra opinión, se evidencia una buena capacidad de generación de flujos, que hacen presumir un buen desempeño en el corto y mediano plazo. Bajo este contexto, se califica la perspectiva de la clasificación como **Estable**.

Definición Categorías de Riesgo

Categoría AA

Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una muy alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, la cual no se vería afectada en forma significativa ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.

El signo “-“ representa aquellos instrumentos con mayor riesgo relativo dentro de su categoría.

Categoría Primera Clase Nivel 3

Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una buena combinación de solvencia, estabilidad de la rentabilidad del emisor y volatilidad de sus retornos.

Oportunidades y Fortalezas

Posición de Mercado Relevante: Santa Rita es el principal exportador de vinos finos y la segunda viña más grande del país en términos de venta en el mercado nacional, con una participación de mercado de un 22% en este último mercado, a diciembre de 2000. Esta posición, además, es destacable considerando que el mercado chileno en la industria vitivinícola internacional se ha ido incrementando con el tiempo; luego, en la medida que nuestro país sea más competitivo en el mercado mundial de vinos las principales empresas exportadoras aumentan su ventaja competitiva a nivel internacional.

Posicionamiento de Marca a Nivel Nacional: Santa Rita posee un fuerte posicionamiento a nivel nacional con su marca “120”, reconocida como una de las más tradicionales por el público consumidor.

Grupo Controlador: La sociedad es controlada por el Grupo Claro, de relevancia a nivel nacional, de alta experiencia, respaldo financiero e intereses en variados sectores de la economía nacional. Además, es un grupo que se ha caracterizado por un crecimiento con un bajo nivel de endeudamiento.

Por otro lado, el accionista controlador, Cristalerías de Chile, es el principal productor de envases de vidrio de Chile, lo que le permite contar con una ventaja como demandante de dicho producto.

Alianza Estratégica con Les Domains Barons de Rothschild Lafite: Viña Santa Rita tiene como socio a Les Domains Barons de Rothschild Lafite, una de las viñas más prestigiosas de Francia, con quien comparte la propiedad de Viña Los Vascos (Chile). Esta relación le ha permitido a Santa Rita posicionarse en el exterior, ya que Rothschild cuenta con una imagen reconocida y una importante cadena de distribución de vinos en Europa.

Capacidad de Innovación en Mercado Local: Viña Santa Rita se ha caracterizado por mejorar e innovar en respuesta a los cambios en las preferencias de los consumidores nacionales; de hecho, un 30% de los productos destinados al mercado local han sido desarrollados durante los últimos tres años, lo que es alto para la industria. Este hecho ha favorecido el crecimiento de la empresa en el mercado local en relación con la competencia.

Distribuidores Exclusivos en el Exterior: Dentro del segmento de vinos finos, Santa Rita cuenta con distribuidores que sólo pueden comercializar los vinos de esta viña dentro de la extensa gama de vinos chilenos, lo que implica un esfuerzo conjunto de la viña y el distribuidor por el fortalecimiento de la marca Santa Rita. Además, la relación con los distribuidores es de larga data y se realiza mediante contratos de largo plazo.

Líneas de Producto Reconocidas: Los vinos *premium* de Viña Santa Rita y Viña Carmen han obtenido importantes premios y significativos reconocimientos en el extranjero. Si bien este tipo de situaciones no se refleja necesariamente en las preferencias de los consumidores, es un indicativo en cuanto a la capacidad de la empresa para la elaboración de vinos de calidad.

Capacidad de Gestión: La compañía presenta una estructura organizacional adecuada y moderna. Sus principales ejecutivos son profesionales con experiencia en el sector vitivinícola y la compañía, en los hechos ha mostrado una gestión y estrategia de desarrollo que ha sido acertada en el tiempo, lo cual se ve reflejado en los adecuados resultados financieros obtenidos (crecimiento de los ingresos, incremento de la rentabilidad de los activos y adecuado nivel de endeudamiento).

Mercado en Crecimiento: Se observa un crecimiento en la demanda de vinos, tanto a nivel nacional como externo, debido a la mayor valoración del vino por parte de los consumidores, explicado, entre otros factores, por sus beneficios para la salud, su aceptación e imagen y la tendencia positiva en el consumo de vinos tintos.

Diversidad de Mercados Destino: La compañía exporta sus productos a más de 50 países diferentes. Si bien, según datos a diciembre de 2000, Estados Unidos concentra el 25% de las ventas; la amplitud del número de destino es un elemento positivo para contrarrestar baja en mercados específicos o desarrollar políticas de mayor diversificación.

Importante Red de Distribución a Nivel Nacional: La compañía cuenta con una importante red de sucursales, agencias y distribuidores a lo largo del país.

Inversiones en Mercado Argentino: La compañía mantiene una inversión desde 1997 en el mercado argentino a través de Viña Doña Paula S.A., orientada a la producción de vinos finos para el mercado de exportación, importante si se considera el potencial vitivinícola argentino debido a las buenas condiciones de clima y suelo que posee.

Factores de Riesgo

Condiciones Climatológicas: Los factores climáticos son fundamentales en la calidad y cantidad de uva, por lo tanto su producción se verá afectada por períodos de sequía, por heladas, lluvias de verano, excesos de lluvia, fenómenos del niño y la niña, etc.

Tipo de Cambio: Cerca de la mitad de los ingresos de la compañía provienen del exterior, por lo tanto la variación del tipo de cambio afecta los ingresos operacionales y, por ende, su resultado operacional. Aun cuando existen herramientas financieras para controlar este tipo de riesgo, el mercado nacional es todavía poco desarrollado en esta materia.

Variabilidad de los Costos de Explotación: La uva, principal insumos del rubro, está expuesta a los riesgos y ciclos característicos de la actividad agrícola. Por ende, el precio es altamente volátil, situación que afecta directamente los costos de la sociedad.

Concentración de Proveedores: En el mercado local existe escasez de proveedores de envases, situación que limita las alternativas de abastecimiento y, eventualmente, podría impedir un suministro adecuado. Aun cuando la producción propia de envases así como la importación desde otros países es una posibilidad, ello implica un costo alternativo mayor.

En todo caso, este riesgo se ve atenuado debido a que su principal accionista es el principal productor de envases de vidrio de nuestro país.

Economía y Controles de los Mercados Externos: Debido a que la empresa exporta una cantidad importante de sus productos, los cambios adversos en las economías externas así como las políticas restrictivas y normativas de estos países, son elementos que afectan negativamente la capacidad de venta del emisor.

Identificación de la Marca de Vino Chileno a Nivel Internacional: Tanto la empresa como la industria vitivinícola nacional poseen la característica de que sus productos son reconocidos en forma genérica como “vino chileno”; Viña Santa Rita ha debido realizar grandes esfuerzos para ser reconocido por su nombre, de manera de no verse afectado ante campañas genéricas que puedan perjudicar a las viñas nacionales en general.

Elasticidad Precio / Demanda: Parte de la estrategia de crecimiento de Santa Rita se basa en el nivel de precios de sus productos; luego, considerando que la elasticidad de la demanda ante un alza de precios es elevada, dicha estrategia de crecimiento expone a la empresa al riesgo de una baja significativa en la cantidad demandada de vinos de producirse una disminución en los precios de mercado de sus competidores directos.

Escenario Competitivo: Durante este año (al igual que en el año pasado) se espera un exceso de oferta de vinos, tanto a nivel local como mundial, ello debido a la sobre plantación existente, lo cual implicaría una disminución en los precios de venta de la industria.

A nivel local, el vino debe competir, además, con sustitutos como la cerveza y el pisco; en cuanto al mercado externo enfrenta una fuerte competencia de los vinos californianos y australianos.

Infecciones y Pestes: En las actividades agrícolas, el control de las plagas y de las enfermedades es fundamental para la obtención de un producto sano y de buena calidad, problema no ajeno a la producción de uva, principal insumo de la industria vitivinícola.

Características de la Última Emisión

<i>Series</i>	:	<i>C y D</i>
<i>Monto</i>	:	<i>Serie C: UF 500.000 Serie D: UF 1.200.000</i>
<i>Tasa de Interés</i>	:	<i>Series C y D: Tasa efectiva anual, vencida del 6,75% sobre el saldo insoluto expresado en Unidades de Fomento, sobre la base de 360 días.</i>
<i>Pago de Intereses</i>	:	<i>Semestralmente a partir del 15 de junio de 2001. Los intereses se comienzan a devengar desde el 15 de diciembre de 2000.</i>
<i>Amortizaciones de Capital</i>	:	<i>Serie C: En una cuota el 15 de diciembre de 2005. Serie D: En treinta y dos cuotas semestrales crecientes y sucesivas entre el 15 de junio de 2006 hasta el 15 de diciembre de 2021.</i>
<i>Uso de los Fondos</i>	:	<i>Refinanciamiento de pasivos de corto plazo y financiamiento de inversiones.</i>
<i>Rescate Anticipado</i>	:	<i>Serie C: A contar del 15 de diciembre de 2004. Serie D: A contar del 15 de diciembre de 2009.</i>
<i>Garantías</i>	:	<i>Sin garantías específicas. Sin perjuicio de la prenda general sobre los bienes del emisor.</i>

Antecedentes Generales

El objetivo principal de la empresa es la explotación y comercialización de la industria vitivinícola en todas sus formas y anexos que requiera en sus distintas fases, sean con caldos propios o comprados a terceros.

Viña Santa Rita fue fundada en 1880, introduciendo finas cepas francesas a nuestro país. En la década del '80, el Grupo Claro adquirió la propiedad de Viña Santa Rita.

En 1987, Santa Rita adquirió la marca Carmen a Viña Carmen, la cual posteriormente se independizó y en la actualidad es filial de Viña Santa Rita.

En 1996, Viña Santa Rita compró una participación en Viña Los Vascos S.A., cuyo accionista controlador es la empresa productora de vinos francesa Les Domaines Barons de Rothschild Lafite. Al año siguiente, se crea la sociedad Viña Doña Paula S.A. en Argentina.

**Relaciones de Propiedad de Viña Santa Rita
31 de diciembre de 2000**

Empresa	Participación Santa Rita (*)
Viña Carmen S.A. (a)	99,9%
Viña Centenaria S.A. (b)	99,9%
Viña Doña Paula S.A. (c)	99,9%
Viña Los Vascos S.A. (c)	43,0%

* Directa e indirecta.

(a) Esta filial se maneja como una unidad independiente de la matriz, aunque Viña Carmen realiza parte de la gestión administrativa con la matriz.

(b) La matriz y su filial, Viña Centenaria, se manejan como una unidad desde el punto de vista operativo.

(c) Unidades independientes.

Activos de Relevancia

Dentro de los activos de Viña Santa Rita destacan las plantas de producción y las plantaciones.

Actualmente, posee cuatro plantas de producción, las que incluyen bodegas, instalaciones para vinificación, guarda y embotellado, con una capacidad total de 57,1 millones de litros, siendo la principal la situada en Alto Jahuel, Buin, donde se vinifica, guarda y embotella vino fino, con una capacidad de guarda de 18,5 millones de litros (58% de la capacidad total de vinos finos).

En el cuadro siguiente se presenta un detalle de la capacidad de almacenamiento por planta, según datos del año 2000.

<i>Plantas</i>	<i>Tipo de Planta</i>	<i>Tipo de Vino</i>	<i>Capacidad de Bodega (Millones Litros)</i>	<i>% del Total</i>
<i>Buín, Alto Jahuel</i>	<i>Vinificación, elaboración y producción</i>	<i>Fino</i>	<i>18,5</i>	<i>32,4%</i>
<i>Los Lirios, Rancagua</i>	<i>Vinificación, elaboración y producción</i>	<i>Familiar</i>	<i>25,3</i>	<i>44,3%</i>
<i>Pirhuín, Lontué</i>	<i>Vinificación y elaboración</i>	<i>Fino</i>	<i>8,8</i>	<i>15,4%</i>
<i>Palmilla, Colchagua</i>	<i>Vinificación y elaboración</i>	<i>Fino Tinto</i>	<i>4,5</i>	<i>7,9%</i>
TOTAL			57,1	100%

En el área agrícola, dispone de un total de 2.176 hectáreas productivas, distribuidas en cuatro predios, de los cuales 83% se encuentran plantadas. Éstas permiten abastecer aproximadamente un 40% de materia prima de sus propias viñas para la producción de vino fino de exportación.¹

En el cuadro siguiente se presenta un detalle de hectáreas de plantaciones y por plantar por valles, según datos del año 2000.

¹ Para la elaboración de vino familiar se abastece de materia prima en más de un 90% de terceros, en tanto, para la elaboración de vino fino nacional el 100% de la uva proviene de terceros.

<i>Plantaciones</i>	<i>Hectáreas Plantadas</i>	<i>Hectáreas Por Plantar</i>	<i>Hectáreas Totales</i>
<i>Valle del Maipo</i>	1.008	250	1.258
<i>Valle de Rapel</i>	372	25	397
<i>Valle de Casablanca</i>	317	5	322
<i>Valle de Maule</i>	114	85	199
TOTAL	1.811	365	2.176

Viña Carmen, filial de Viña Santa Rita, cuenta con una planta de vinificación y elaboración de vino fino en Alto Jahuel – al norte de la de Viña Santa Rita -, con una capacidad de almacenamiento de 9,3 millones de litros, según antecedentes del año 2000.

Viña Doña Paula, filial de Viña Santa Rita, posee dos predios en la provincia de Mendoza con una superficie plantable de 780 hectáreas, de las cuales 243 hectáreas corresponden a uvas viníferas finas plantadas. Posee una planta de producción con una capacidad de almacenamiento de 580 mil litros, según antecedentes del año 2000. Esta sociedad se encuentra en etapa de desarrollo y se espera que se autoabastecerá completamente.

Por último, Viña Los Vascos posee aproximadamente 3.600 hectáreas en el Valle de Colchagua, de las cuales 1.530 son plantables y quedando por plantar un 65%; de las plantadas, un 95% corresponde a Cabernet Sauvignon y el resto a Chardonnay.

Viña Santa Rita posee una oficina de ventas en Santiago, siete sucursales a lo largo de Chile y una fuerza de ventas propia compuesta por más de 100 vendedores.

Antecedentes del Mercado

La industria vitivinícola chilena está compuesta por más de 70 empresas productoras de vinos y por unos 14 mil productores de uva, los cuales destinan su producción tanto al exterior como al mercado local.

Durante el año 2000, la producción total de vino en nuestro país alcanzó a 5,7 millones de hectolitros, de los cuales un 52% se destinó a consumo interno y un 48% a exportaciones.

Mercado Nacional

El mercado local se caracteriza por vinos de menor calidad que los destinados al exterior, alta volatilidad de su precio de venta y una elevada concentración en las ventas.

Durante el año 2000, las ventas alcanzaron un valor de \$ 280 millones, de los cuales un 90% correspondió a vinos corrientes y sólo un 10% a vinos finos.

Por otro lado, si bien el consumo de vino en nuestro país presenta un crecimiento durante último año, éste ha disminuido en las últimas dos décadas, oscilando entre 15 y 19 litros per cápita anuales entre los años 1996 y 2000, producto principalmente de la fuerte competencia de la cerveza y el pisco, lo que ha provocado una alta variabilidad en su nivel de precio.

Las ventas de vino en el mercado nacional están concentradas en envases tetras (alrededor de un 80% del total) y las cuatro principales viñas - Concha y Toro, Santa Rita, San Pedro y Santa Carolina - concentran en conjunto un 61% del monto de ventas, según datos del año 2000.

Mercado Exportador

Entre 1994 y 1998, el monto de las exportaciones monetarias de vinos aumentó a una tasa promedio anual de 38%, fundamentalmente embotellado. Sin embargo, en los dos últimos años, aún cuando las ventas al exterior han mostrado un incremento, se registra una baja importante en las tasas de crecimiento.

El precio promedio de los vinos exportados ha presentado una tendencia favorable durante los últimos años, lo que se explica tanto a una mayor importancia de las exportaciones de vinos con denominación de origen, que son los de mayor precio, como también a un alza generalizada en casi todas las categorías de vinos que se exportan. Esto último es reflejo de un buen nivel de demanda internacional por vinos chilenos, así como de una valoración de éstos a raíz de un mejoramiento de la calidad de los productos que se exportan.

El principal comprador de vino chileno es Europa (especialmente, Inglaterra, Alemania, Francia y Suecia), el cual concentró un 52% de las exportaciones vitivinícolas del año 2000. Otros destinos importantes son América del Norte (Estados Unidos y Canadá) y Asia (especialmente, Japón).

Entre los principales países productores de vinos en el mundo se encuentran: Estados Unidos, Francia, Italia, España, Australia, Argentina y Sudáfrica.

Las principales empresas exportadoras de vino chileno embotellado, en orden descendente, son Viña Concha y Toro (incluyendo Viña Santa Emiliana), Viña San Pedro, Viña Santa Rita (incluida Viña Carmen) y Viña Santa Carolina. En términos de vinos finos - aquellos con un precio FOB promedio superior a US\$ 25 por caja -, el líder del mercado nacional es Viña Santa Rita.

Líneas de Negocios y Productos

Los ingresos de explotación consolidados de la compañía se dividen entre las ventas de vino al mercado nacional, ventas de vino al mercado externo y otros ingresos, los que representaron 53,01%; 44,99%; y 2,01% de los ingresos totales del año 2000, respectivamente.

Distribución de los Ingresos de Explotación

1995-2000

Millones de pesos del año 2000	Año 1995	Año 1996	Año 1997	Año 1998	Año 1999	Año 2000
Ventas Vino Mercado Nacional	22.257	20.808	24.433	29.257	29.582	31.869
Ventas Vino Mercado Externo	12.897	13.977	16.400	20.690	22.624	27.045
Otros Ingresos	0	0	0	0	939	1.206
Total Ingr. Explot.	35.154	34.785	40.833	49.946	53.145	60.120
<i>Part. Ventas Vino Mercado Nacional</i>	<i>63,31%</i>	<i>59,82%</i>	<i>59,84%</i>	<i>58,58%</i>	<i>55,66%</i>	<i>53,01%</i>
<i>Part. Ventas Vino Mercado Externo</i>	<i>36,69%</i>	<i>40,18%</i>	<i>40,16%</i>	<i>41,42%</i>	<i>42,57%</i>	<i>44,99%</i>
<i>Part. Otros Ingresos</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>	<i>1,77%</i>	<i>2,01%</i>
Total Partic. Ingr.	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Mercado Nacional

Las ventas de vino en el mercado local durante 1999 alcanzaron un valor de \$ 31.869 millones y un volumen de 5,53 millones de cajas, lo que representa un crecimiento de 7,73% y 14,70% en relación con el año anterior, respectivamente. Este crecimiento se destaca dentro de una industria nacional con una fuerte competencia.

El nivel de precios promedio en el mercado nacional presentó una disminución de 6,16% el año 2000, continuando con la tendencia a la baja del año precedente.

Los productos comercializados en el mercado chileno por Santa Rita se dividen en tres segmentos: Premium, Populares y Varietales.

Líneas de Productos Viña Santa Rita y Filiales

<i>Viña Santa Rita</i>	<i>Viña Centenaria *</i>	<i>Viña Carmen **</i>
- Casa Real	- Bodega Uno	- Reserva
- Medalla Real	- Frizz Wine	- Insigne
- 120 Tres Medallas	- Hermanos Carrera	- Varietales
- 120 Familiar		- Rhin
- 120 Reserva Especial		- Margaux
- Cepas Finas		

* Comercializados por Viña Centenaria.

** Licenciadas a Viña Santa Rita.

Mercado Externo

Las exportaciones de vino embotellado durante el año 2000 alcanzaron un valor de \$ 27.045 millones y un volumen de 1,59 millones de cajas, lo que representa un crecimiento de 19,54% y 14,03% en relación con el año anterior, respectivamente.

El precio promedio de venta de las exportaciones de vino de Santa Rita creció un 2,68% en relación con el año 1999, continuando con la tendencia de los últimos años, y alcanzando un precio promedio un 28% superior al promedio de la industria nacional.

Dentro de los vinos exportados por Santa Rita, exclusivamente Premium, se encuentran las líneas: Casa Real, Medalla Real, Reserva y la línea de varietales 120, de Santa Rita; y Gold Reserve, Wine Maker's Reserve, varietales y la línea Nativa, de Viña Carmen. Del volumen exportado el año 2000, un 73% correspondió a líneas de Santa Rita y un 27% a líneas de Viña Carmen.

Los principales mercados de exportación el año 2000 fueron Estados Unidos, Canadá, Dinamarca, Irlanda e Inglaterra.

Propiedad

Al 31 de diciembre de 2000 los cinco principales accionistas de la sociedad, que reúnen el 88,8% de la propiedad, son los siguientes:

<i>Nombre o Razón Social</i>	<i>Porcentaje de Participación</i>
<i>Cristalerías de Chile S.A. (a)</i>	<i>54,1%</i>
<i>Bayona S.A. (a)</i>	<i>23,5%</i>
<i>AFP Provida S.A. para Fondos de Pensiones</i>	<i>4,1%</i>
<i>AFP Habitat S.A. para Fondos de Pensiones</i>	<i>3,8%</i>
<i>Inversiones Pacífico II Ltda.</i>	<i>3,3%</i>

(a) Sociedades pertenecientes al Grupo Elecmetal, controlado por el Grupo Claro.

Resultados Consolidados a Diciembre de 2000

Durante el año 2000, Viña Santa Rita generó ingresos de explotación por M\$ 60.119.712 (más de 100 millones de dólares), lo que representa un crecimiento real de 13,14% con respecto al año anterior, explicado principalmente por el mayor volumen de ventas, tanto en el mercado local como externo.

En el mismo período, los costos de explotación alcanzaron un monto de M\$ 38.344.676, lo que significó un crecimiento real de 8,73% con respecto al año 1999.

Los gastos de administración y venta sumaron M\$ 12.546.4387 durante el año 2000, en comparación a los M\$ 10.292.132 de 1999 (expresado en moneda del año 2000), implicando un crecimiento real de 21,92%.

El resultado de operación de este periodo ascendió a M\$ 9.228.598 y el resultado final del ejercicio a una utilidad de M\$ 6.015.105. Esto representó un crecimiento real de 21,76% y 24,52%, con respecto al periodo 1999, respectivamente.
