



VIÑA SANTA RITA S.A.

Octubre 2001

Categoría de Riesgo y Contacto

Tipo de Instrumento	Categoría	Contactos	
Títulos Accionarios	Primera Clase Nivel 3	Socio Responsable	Alejandro Sierra M.
Bonos, Serie A, C y D	AA-	Gerente a Cargo	Aldo Reyes D.
		Analista	Margarita Andrade P.
		Teléfono	56-2-204 7315
		Fax	56-2-223 4937
		Correo Electrónico	ratings@humphreys.cl
EEFF base	30 junio 2001	Tipo de Reseña	Informe Anual

Estado de Resultados (Consolidado)

Conceptos (Miles de pesos)	Junio 2001	Junio 2000	Var. Real Período	Año 2000	Año 1999	Var. Real Anual
Ingresos de Explotación	28.581.084	27.005.156	5,84%	60.119.712	50.757.702	13,14%
Costos de Explotación	(18.850.045)	(17.832.290)	5,71%	(38.344.676)	(33.687.692)	8,73%
Gastos de Administr. y Venta	(5.930.674)	(5.754.601)	3,06%	(12.546.438)	(9.830.122)	21,92%
Resultado Operacional	3.800.365	3.418.265	11,18%	9.228.598	7.239.888	21,76%
Resultado No Operacional	(485.704)	(974.888)	50,18%	(2.131.071)	(2.294.539)	11,28%
Utilidad Neta	2.680.346	1.942.270	38,00%	6.015.105	4.614.330	24,52%

Valores Nominales, excepto los de junio de 2000 (en moneda de junio de 2001).

Balance General (Consolidado)

Conceptos (Miles de pesos)	Junio 2001	Junio 2000	Var. Real Período	Año 2000	Año 1999	Var. Real Anual
Activo Circulante	54.478.472	41.452.088	31,43%	37.565.463	39.171.897	(8,39%)
Activo Fijo	50.259.226	41.983.378	19,71%	43.216.433	37.679.868	9,56%
Otros Activos	8.612.422	10.445.969	(17,55%)	10.572.669	7.018.207	43,91%
Total Activos	113.350.120	93.881.435	20,74%	91.354.565	83.869.972	4,05%
Pasivo Circulante	21.550.705	22.508.330	(4,25%)	16.395.169	15.321.461	2,22%
Pasivo Largo Plazo	27.024.842	15.885.769	70,12%	11.995.387	16.873.723	(32,09%)
Interés Minoritario	8.100	6.732	20,32%	7.238	5.560	24,35%
Patrimonio	64.766.473	55.480.591	16,74%	62.956.771	51.669.228	16,39%
Total Pasivos	113.350.120	93.881.422	20,74%	91.354.565	83.869.972	4,05%

Valores Nominales, excepto los de junio de 2000 (en moneda de junio de 2001).

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 Domains 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 36%.

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. Esta posición es destacable considerando que la presencia chilena 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 las principales empresas exportadoras aumentan su ventaja competitiva a nivel global.

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 Domaines Barons de Rothschild Lafite: Viña Santa Rita tiene como socio a Les Domaines 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. Este hecho ha favorecido el crecimiento de la empresa a nivel nacional en relación con su 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 conlleva a un esfuerzo conjunto entre 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).

Diversidad de Mercados Destino: La compañía exporta sus productos a más de 50 países diferentes. Si bien, Estados Unidos concentra aproximadamente un 25% de las ventas totales de la compañía; la amplitud del número de destino es un elemento positivo para contrarrestar bajas 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 participa 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. Esta inversión es importante considerando las buenas condiciones de clima y suelo del territorio argentino y, por ende, el potencial vitivinícola que presenta.

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.

En todo caso, la sociedad busca ir acotando este riesgo al contar con pozos profundos que aseguran una mayor disponibilidad de aguas y disponer de sistemas de control de heladas para parte importante de sus viñedos.

Tipo de Cambio: Cerca de la mitad de los ingresos de la compañía provienen del exterior, en tanto un 35% de los costos son en moneda extranjera, por lo tanto la variación del tipo de cambio afecta su resultado operacional. Aún 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 insumo 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. Aún 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. Considerando que la elasticidad de la demanda ante un alza de precios es elevada, cualquier disminución en los precios de mercado de sus competidores directos podría exponer a la empresa al riesgo de una baja significativa en la demanda de sus productos.

Escenario Competitivo: Existe un exceso de oferta de vinos, tanto a nivel local como mundial, ello debido a la sobre plantación existente, lo cual implica una disminución en los precios de venta de la industria.

Además, a nivel local, el vino debe competir con sustitutos como la cerveza y el pisco; mientras que en el mercado externo el vino chileno 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.

En este sentido, en todo caso, es importante destacar que la compañía cuenta con exigentes estándares de calidad en la administración de sus activos agrícolas que incluyen plantaciones resistentes a plagas.

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, cuyo objetivo es la producción de vinos finos, orientados fundamentalmente al mercado exportador.

Relaciones de Propiedad de Viña Santa Rita 30 de junio de 2001

Empresa	País	Participación Santa Rita (*)
Viña Carmen S.A. (a)	Chile	99,9%
Viña Centenaria S.A. (b)	Chile	99,9%
Viña Doña Paula S.A. (c)	Argentina	99,9%
Sur Andino S.A.	Chile	99,9%
Viña Los Vascos S.A. (c)	Chile	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) Viña Santa Rita y 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>Buin, Alto Jahuel</i>	<i>Vinificación, elaboración y producción</i>	<i>Fino</i>	18,5	32,4%
<i>Los Lirios, Rancagua</i>	<i>Vinificación, elaboración y producción</i>	<i>Familiar</i>	25,3	44,3%
<i>Pirhuin, Lontué</i>	<i>Vinificación y elaboración</i>	<i>Fino</i>	8,8	15,4%
<i>Palmilla, Colchagua</i>	<i>Vinificación y elaboración</i>	<i>Fino Tinto</i>	4,5	7,9%
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.

<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 ha iniciado sus operaciones durante el presente año y se autoabastece 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.

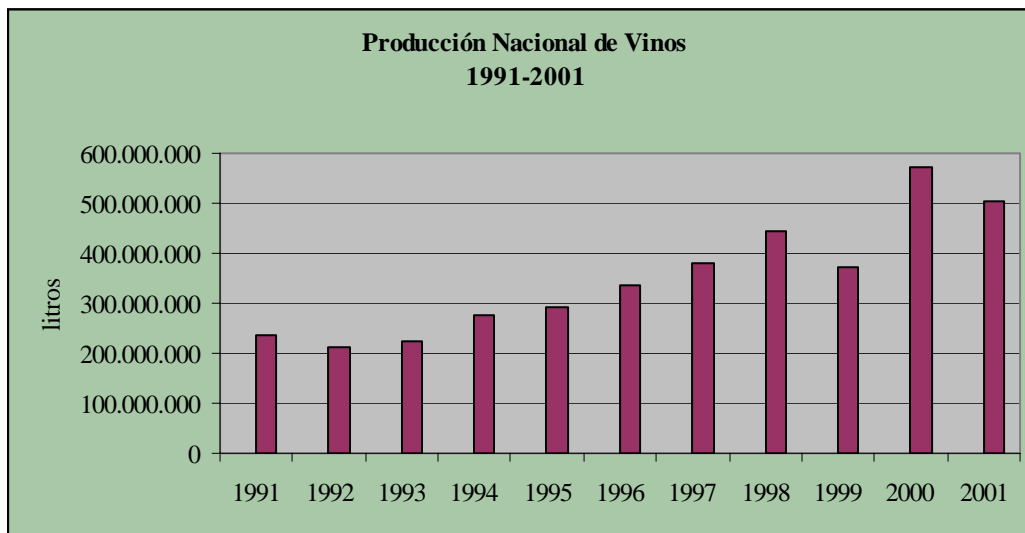
Antecedentes del Mercado

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.

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.

Durante el año 2000, la producción total de vino en nuestro país alcanzó a 5,7 millones de hectolitros, de los cuales 54% se destinó a consumo interno y 46% a exportaciones.

La evolución de la cosecha de vinos ha sufrido altos y bajas en los últimos diez años (como se observa en el gráfico). Después de una disminución en la producción del año 1992, hasta 1998 ésta venía creciendo en forma sostenida – aunque a tasas variables –; la cosecha de 1999 experimentó una disminución de 16%, situación que se revirtió el año pasado cuando se registró un récord de sobreproducción. Este año la cosecha nacional de vinos ha vuelto a caer, presentando una disminución de 12%.



Fuente: Chilevinos.

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.

Si bien, el consumo en el mercado local está orientado a vinos de menor calidad que los enviados al extranjero, la proliferación de viñas ha provocado en los últimos años la llegada de vinos de mayor calidad, lo que ha ido cambiando los hábitos de consumo de los chilenos. Para ello se ha privilegiado el canal de supermercados, canal de distribución que muestra un mayor aumento en las ventas de la industria, y donde se han ido colocando los vinos de mayor calidad. Según antecedentes del año 2000, del total de ventas de vino en Chile 90% correspondió a vinos corrientes y 10% a vinos finos.

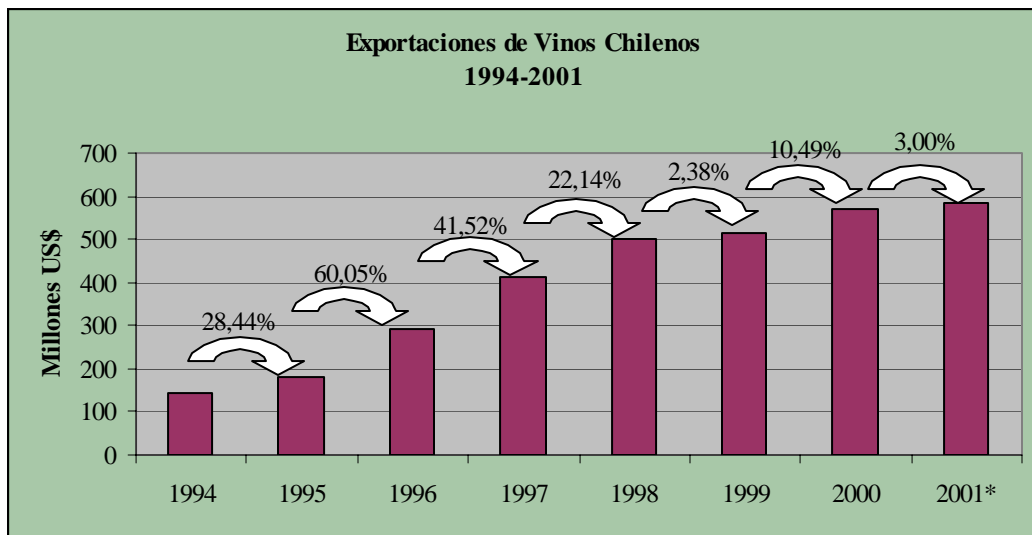
Los precios de venta de los vinos en el mercado nacional han presentado una alta volatilidad histórica, proyectándose una disminución para el presente año, debido a la fuerte competencia y al aumento de la producción, así como al menor consumo per cápita de vino.

Del total de ventas del año 2000 en el mercado local, las cuatro principales viñas - Concha y Toro, Santa Rita, San Pedro y Santa Carolina – concentran en conjunto un 61%, lo que evidencia la alta concentración de las mismas.

Para este año se espera un crecimiento reducido del volumen de ventas en el mercado chileno, afectado por la recesión económica.

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. Para este año este crecimiento se vería afectado, además, por los atentados terroristas del 11 de septiembre en Estados Unidos, provocando una menor demanda internacional.



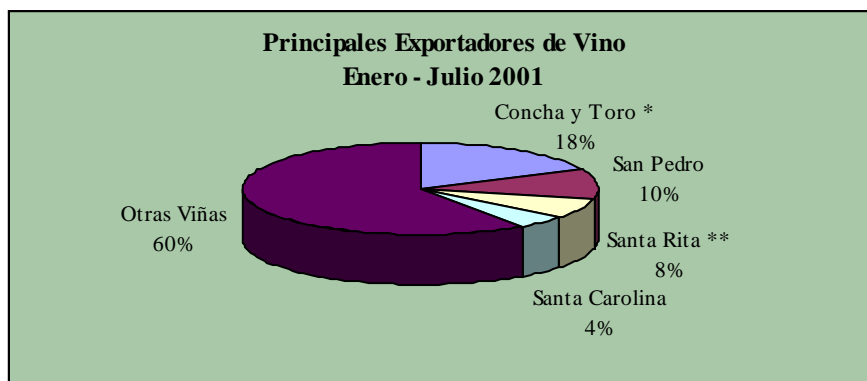
Fuente: Chilevinos.

Entre enero y julio de 2001, las exportaciones de vino chileno alcanzaron un valor de US\$ 326,1 millones, lo que representa un crecimiento de 4,03% en relación a igual periodo del año pasado, explicado por un fuerte aumento de los volúmenes exportados, los cuales alcanzaron 169,5 millones de litros (18,4% más que entre enero y julio de 2000).

Si bien, el precio promedio de los vinos exportados ha presentado una tendencia favorable durante los últimos años - lo que se explica tanto por una mayor importancia de las exportaciones de vinos con denominación de origen, que son los de mayor precio, como también por un alza generalizada en casi todas las categorías de vinos que se exportan -, este año el precio promedio por litro de vino exportado ha caído en 12,4% (según los datos a julio de 2001). Esta caída está dada básicamente por los vinos a granel cuyo precio promedio cayó en 44,1%, mientras el de los vinos embotellados se mantuvo casi igual (aumentó en sólo 0,13% durante el mismo periodo).

El principal comprador de vino chileno es Europa (especialmente, Inglaterra y Alemania), el cual concentró 53% de las exportaciones vitivinícolas del periodo enero - julio de 2001. Otros destinos importantes son América del Norte (Estados Unidos, Canadá y México), Latinoamérica y Asia (especialmente, Japón).

Entre el centenar de viñas y empresas exportadoras de vinos chilenos que existen en la actualidad, las principales (en términos de valor), 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.



Fuente: Chilevid.
 * Incluye Viña Santa Emiliana.
 ** Incluye Viña Carmen.

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 consolidados² de la compañía, al 30 de junio de 2000, se dividen entre las ventas de vino al mercado nacional, ventas de vino al mercado externo y otros ingresos.

La distribución de estos durante los últimos años ha ido variando, ya que hace 5 años las ventas de vino en el mercado local representaban más del 60% de los ingresos de la compañía y las exportaciones un 37% de los mismos. Actualmente, las ventas nacionales representan poco más de la mitad de los ingresos totales y las exportaciones han alcanzado una participación del 45%.

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 M° Nacional	22.257	20.808	24.433	29.257	29.582	31.869
Ventas Vino M° 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 M° Nac.</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 M° Ext.</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%	100%	100%	100%	100%	100%

Mercado Nacional

Las ventas de vino en el mercado local durante el primer semestre de 2001 disminuyeron en 1,6% en términos de valor, pero crecieron en 5,3% en términos de volumen, en relación con igual periodo del año anterior. Este

² Incluidos los ingresos de la sociedad matriz y de sus filiales Viña Carmen S.A., Viña Centenaria S.A., Viña Doña Paula S.A. (en etapa de desarrollo hasta el año 2000) y Sur Andino S.A. (creada durante el año 2001).

crecimiento en el volumen destaca a pesar de la lenta reactivación de la economía chilena y la fuerte competencia que ha caracterizado la industria vitivinícola nacional en los últimos años.

La disminución en las ventas valoradas se explica por la disminución en el nivel de precios promedio en el mercado nacional de 10,5% en relación al primer semestre de 2000, dado mayoritariamente por un cambio en la composición de venta y 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	- Premium
- Medalla Real	- Frizz Wine	- Reserva
- 120 Una Medalla	- Hermanos Carrera	- Insigne
- 120 Dos Medallas		- Tradicional
- 120 Tres Medallas		- Nativa
- 120 Familiar		- Rhin
- 120 Reserva Especial		- Margaux
- Cepas Finas		- Varietales
- Doña Paula		

* Comercializados por Viña Centenaria.

** Licenciadas a Viña Santa Rita.

Mercado Externo

Las exportaciones de vino embotellado durante el primer semestre del año 2001 alcanzaron US\$ 22,2 millones, correspondiente a 739.265 cajas, lo que representa un crecimiento real de 2,2% y 5,3% en relación con el primer semestre del año pasado, respectivamente.

El precio promedio de venta de las exportaciones de vino de Santa Rita disminuyó un 2,9% el primer semestre de 2001 en relación con el primer semestre de 2000, revirtiendo la tendencia de los últimos años.

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.

Los principales mercados de exportación siguen siendo Estados Unidos, Canadá, Dinamarca, Irlanda e Inglaterra.

Propiedad

Al 30 de junio de 2001 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 Globales a Junio de 2001

Durante el primer semestre del año 2001, la empresa generó ingresos de explotación por M\$ 28.581.084 (40 millones de dólares), lo que representa un crecimiento real de 5,84% con respecto a igual periodo del año anterior, explicado por los incrementos en los volúmenes de venta en el mercado local (5,3%) y de exportación (5,3%).

Durante el mismo período, los costos de explotación alcanzaron un monto de M\$ 18.850.045, lo que significó un crecimiento real de 5,71% con respecto a los seis primeros meses del año 2000.

Los gastos de administración y venta sumaron M\$ 5.930.674 durante el primer semestre de 2001, en comparación a los M\$ 5.754.601 de igual periodo de 2000 (expresado en moneda de junio del 2001), lo que implicó un crecimiento real de 3,06%.

El resultado de operación de este periodo ascendió a M\$ 3.800.365 y el resultado final del ejercicio a una utilidad de M\$ 2.680.346. Esto representa un crecimiento real de 11,18% y 38,00% con respecto a igual periodo de 2000, respectivamente.

El importante incremento de la utilidad neta se explica tanto por el incremento del resultado operacional como por la mayor ganancia por diferencia de cambio y por un aumento de los ingresos financieros entre el primer semestre del año 2001 y el primer semestre del año recién pasado.

“La opinión de las entidades clasificadoras no constituye en ningún caso una recomendación para comprar, vender o mantener un determinado instrumento. El análisis no es el resultado de una auditoría practicada al emisor, sino que se basa en información que éste ha hecho pública o ha remitido a la Superintendencia de Valores y Seguros y en aquella que ha sido aportada voluntariamente por el emisor, no siendo responsabilidad de la firma evaluadora la verificación de la autenticidad de la misma”.