



# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

## S.V. MIGUEL TORRES S.A.

### Gestión 2012

MIGUEL TORRES  
Pioneer in Chile since 1979



FAIR TRADE & ORGANIC VITICULTURE WINES  
100% FAMILY OWNED WINERY

# ÍNDICE

	Página
Editorial	3
Mensaje Gerente General	4
I. Perfil de la Compañía	6
II. Indicadores de Desempeño Económico – Financiero	18
III. Indicadores de Desempeño de Prácticas Laborales y Ética del Trabajo	25
IV. Indicadores de Desempeño de Derechos Humanos	31
V. Indicadores de Desempeño Social	35
VI. Indicadores de Desempeño de la Responsabilidad sobre Productos	37
VII. Indicadores de Desempeño Medioambiental	41
7.1 Tabla de Indicadores GRI	48
7.2 Encuesta de Retroalimentación	57

# Editorial

---

Este ya es nuestro tercer ejercicio de reporte bajo los preceptos del Global Reporting Initiative, abarcando el período comprendido entre enero y diciembre de 2012 con su respectiva comparación con el 2011 informado en el reporte anterior. Gracias a este ejercicio, cada día tomamos mayor conciencia de que este instrumento es fundamental para el desarrollo de la compañía, en armonía con nuestros colaboradores, proveedores, clientes y la sociedad en general.

Los valores que la sociedad hoy le está exigiendo a las empresas son cada día mayores y se expresan con mayor fuerza, por este motivo solo una gestión transparente e informada puede mostrar a la sociedad el real aporte de una compañía. Es por lo anterior que S.V. Miguel Torres S.A. en el año 2010 y gracias al convenio firmado entre los Consorcios Tecnológicos del Vino y con el Centro Vincular de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV) – cofinanciado por InnovaChile – se adquirió las habilidades necesarias para desarrollar esta tarea. Hoy, en que el reporte ha sufrido una actualización, son esos conocimientos, en conjunto con el estudio directo de la versión 3.1 descargada desde la página oficial del GRI, los que han aportado a la confección del presente reporte.

Es importante mencionar que durante el período reportado la Viña firmó su adhesión a la Red Pacto Global Chile, lo que ha servido para complementar conocimientos y compartir con otras empresas respecto a temas de responsabilidad social, transparencia, gobierno corporativo y muchos otros que han ayudado en la confección de este reporte.

En este reporte hemos incluido un total de XX indicadores con sus respectivos comparativos no solo con el año anterior, sino que con el 2010, de manera de poder tener una visión más completa del trienio y de la evolución de la compañía durante el periodo. Por este motivo y considerando que al menos se han respondido todos los indicadores principales de cada ámbito bajo el principio de materialidad.

Todos los indicadores incluidos han sido extraídos de fuentes oficiales de la compañía, incluyendo su programa administrativo ERP y las bases de datos particulares de cada una de las áreas involucradas. Todos los cuales han sido revisados y validados por la alta dirección, no existiendo limitaciones para ninguno de los campos o alcances de la memoria.

Para cualquier duda con este reporte o su contenido, favor comunicarse con Rodrigo Constandil Córdova, al número (56-75) 2564100 o al correo electrónico [rconstandil@migueltorres.cl](mailto:rconstandil@migueltorres.cl)



# Mensaje Gerente General

Miguel Torres Chile se caracteriza desde sus inicios por ser una empresa familiar, cuyos principios se basan en el respeto por el medioambiente, responsabilidad social e innovación continua. Estos valores nos impulsan a continuartrabajando e innovando en esta área, entregando un valor agregado a nuestras líneas de vino.

El 2012, periodo que se presenta en este reporte, se caracteriza por la consolidación de nuestra marca, tanto en Chile, como en el extranjero y el desarrollo de nuestro gran proyecto de Comercio Justo, que apuesta por ser la viña FairTrade más grande de nuestro país.

Iniciamos este año con la certificación total de todos nuestros campos como viñedos orgánicos, proceso que comenzó hace algunos años y que va en línea con nuestro concepto de Sustentabilidad.

Destacó en este periodo las alianzas comerciales en Chile con bodegas familiares, que al igual que Miguel Torres se preocupan de la elaboración de vino de calidad. Así fue el caso del acuerdo de mutua colaboración de nuestra Bodega con BaronPhilippe de Rothschild, Maipo, Chile, asumiendo la distribución de la línea Escudo Rojo de la Bodega francesa en el mercado doméstico y la comercialización de las líneas Loma Larga y Lomas del Valle de la Viña Loma Larga, propiedad de la familia Díaz ubicada en Casablanca.

Por otra parte presentamos en Chile, Rocado, un tequila reposado 100% de agave azul y envasado de origen, fruto de la unión de la familia Torres y González de México, las que unieron su trayectoria, tradición y más de 100 años de experiencia en la elaboración de vinos y destilados.

La experiencia de la familia Torres en la elaboración de brandies en España nos permitió elaborar en Chile el primer pisco premium de nuestra Bodega. Se trata de El Gobernador, un pisco reservado de 40° de la variedad moscatel, originario del Valle del Limarí. El producto hasido bien recibido en el mercado nacional y premiado por la prensa especializada, quien ha destacado la relación precio-calidad.

Continuando con la innovación, Miguel Torres Chile lanza en el mercado Días de Verano, el primer Moscatel de la bodega chilena. Este vino blanco, fresco, aromático, con baja graduación alcohólica y originario del Valle de Itata se presenta como una alternativa distinta para los calurosos días de primavera y verano.

Santa Digna Estelado, el primer y único espumante rosado, 100% variedad país elaborado en Chile recibió un premio que nos llena de orgullo; es catalogado como el Mejor Espumante de Chile por el concurso de vinos AnnualWines of Chile. Este reconocimiento consolida un proyecto que removió la industria vitivinícola el 2011, incrementando su producción a niveles comerciales de 30.000 cajas el 2012.

Por otra parte fuimos testigo de la tradicional Fiesta de la Vendimia de Curicó, la más antigua de Chile, esta vez dedicada a Los Países Bajos. Llegaron hasta la ciudad de Curicó cerca de 80.000 personas que disfrutaron de un fin de semana entorno al vino y a la cultura.

El 2012 se concretaron los proyectos resultados de nuestra certificación FairTrade. Así es como mediante la prima acumulada por el concepto de venta de nuestros productos Santa Digna, nuestros productores han logrado mejorar sus condiciones de trabajo, nuestros colaboradores han recibido ayudas respecto del traslado a sus lugares de trabajo y hemos colaborado con una pequeña Escuela de niños ubicada en la localidad de Potrero Grande, en las cercanías de la precordillera de la Región del Maule. Esto con el fin de entregar cómodas y mejores instalaciones a los niños de la zona. Además se entregó material audiovisual a Escuela del sector de Huerta de Maule. Se concretaron los proyectos para ayudar a pequeños agricultores de comunidades cercanas, también se les entregó bicicletas como medio de transporte, asistencia médica, ayuda dental y oftalmológica y apoyo para construir complejos deportivos para toda la comunidad. Por otra parte, se les apoyó con mejoramiento de viviendas, matrículas para estudios y materiales escolares necesarios. Se les apoyó con talleres de motivación dictados por psicólogos especializados.

A fines de 2012 se apoyó al Colegio de Yaquil de la Comuna de Nancagua con la compra de estufas para los niños y se adquirió una casa a modo de oficinas para potenciar la Red del Vino, agrupación de pequeños productores de uva.

Con el fin de continuar con sus proyectos de respeto por el medio ambiente y responsabilidad social empresarial, Miguel Torres Chile se integró al Pacto Global Chile, organización dependiente de la ONU (Organización Naciones Unidas) que tiene como objetivo difundir los principios básicos de responsabilidad social en el país.

Este periodo tendrá un especial recuerdo, ya que Miguel Torres S.A. inició el traspaso de la dirección a la quinta generación Torres. De este modo, Miguel Torres Maczassek, asumió la posición de Director General del Grupo a partir de septiembre 2012. El actual Presidente y Director General, Miguel A. Torres, padre de Miguel Torres Maczassek, continúa ejerciendo la presidencia de Bodegas Torres. La transición se realiza en el momento en que Miguel A. Torres cumple 71 años, tal como indica el protocolo familiar.

El 2012 fue un momento muy importante para Miguel Torres Chile dentro de nuestro camino de crecimiento, se desarrollaron nuevos proyectos que esperamos sean un aporte importante para la industria vitivinícola chilena.

**Jaime Valderrama Larenas**  
**Gerente General Miguel Torres Chile**  
**Curicó, Junio 2013**



**PERFIL  
DE LA COMPAÑÍA**

# Capítulo 1.

## Perfil de la Compañía

### Antecedentes Históricos

Miguel Torres fue la primera empresa vitivinícola extranjera que se estableció en Chile. La familia Torres eligió este país como el destino adecuado para la práctica de la vitivinicultura, debido a sus excelentes condiciones para el desarrollo de éste cultivo. Con presencia en más de 100 países Miguel Torres Chile se ha consolidado en estos 30 años como una de las principales bodegas productora de vinos de calidad. Una empresa familiar que compete en un mercado global y que tiene como señal de identidad la calidad de sus vinos, su respeto al medio ambiente y su responsabilidad social.

Ya en el pasado, su esencia pionera le permitió ser la primera bodega chilena en introducir el uso de tanques de acero inoxidable y el uso de barricas de roble francés para la crianza de vinos tintos. Estos aportes tecnológicos abrirían un nuevo destino para la industria vinícola chilena.

Este afán pionero continúa hoy más vivo que nunca, con proyectos como 'Empedrado'. Sin duda es el desafío más ambicioso de la empresa chilena durante los últimos 30 años. El objetivo es ir un paso más allá en la producción de vinos de alta calidad en Chile, buscando uno de los terruños más apreciados en el mundo para la elaboración de grandes vinos, los suelos de piedra "laja". Estos terrenos pobres y situados en inclinadas laderas, están presentes también en afamadas zonas del mundo como el Priorato (España), Porto (Portugal) o Cote de Rhone (Francia) y no se habían encontrado en Chile hasta el momento para el cultivo de la vid.

Miguel Torres Chile, además contribuye activamente a tratar de controlar el calentamiento global, implementando medidas como el uso de botellas más livianas, la utilización de material reciclable en sus envases, la implementación de placas solares, así como inversiones en calderas de biomasa.

Esta filosofía está presente durante todo el proceso productivo y también en la viña, donde se lleva a cabo una viticultura tradicional y no agresiva con el medioambiente. Es por ello, que todos los viñedos de Miguel Torres son certificados orgánicos o en vías inmediatas de certificación.

La calidad de los vinos Miguel Torres ha sido premiada por la crítica nacional e internacional. Publicaciones y reconocimientos respaldan el prestigio de la empresa. Nuestro vino ícono, Manso de Velasco cosecha 2006, fue elegido como el Mejor Vino Tinto

de Chile por la prestigiosa guía de vinos Descorchados 2010. Además, se han añadido altos puntajes y extraordinaria crítica internacional para las líneas Cordillera y Las Mulas. A ello se suma, la creciente presencia de Santa Digna, transformándola en la marca de Miguel Torres preferida por los consumidores.

Durante el año 2011 la compañía renovó la imagen de su línea de vinos premium Cordillera. Esta renovación no sólo contempla un cambio en la etiqueta, sino que también pone al alcance del consumidor su nuevo concepto "Colección de Valles", lo que implica una profunda y específica búsqueda a lo largo de Chile para obtener un vino único y diferente.



Cordillera Valley Collection son mono varietales, lo cual permite expresar mejor la personalidad y carácter de cada variedad cultivada en los valles seleccionados. En esta dirección el tradicional Brut Pinot Noir de Miguel Torres, se suma a la gama de productos Cordillera. Estos cambios se convierten en una propuesta elegante y moderna puesta a disposición de los consumidores.

En esta dirección de constante innovación y tras años de investigación y trabajo, Miguel Torres Chile logró dar vida a Santa Digna Estelado. El único espumante rosado elaborado 100% de uva país, cepa que fue olvidada y despreciada por años, a pesar de ser la variedad más antigua de Chile. La recuperación de esta uva permite que los pequeños productores ingresen al mercado y aumente el valor de la materia prima.

Santa Digna estelado está certificado como 'Comercio Justo' o 'FairTrade', cumpliendo con estándares de sustentabilidad laboral y medioambiental. Los proveedores de uva certificados Fairtrade reciben un precio por sus uvas que les permite su desarrollo y crecimiento y adicionalmente una "prima", la que corresponde al 5% del valor del costo de la materia prima más el 5% del costo de la mano de obra. Los recursos correspondientes a esta prima serán administrados por un comité mixto creado por los propios trabajadores, estos recursos serán destinados al financiamiento de proyectos sociales que permitan mejorar aún más las condiciones de la comunidad.

Este proyecto permite consolidar a la empresa como una Bodega pionera en Responsabilidad Social, en constante innovación y respeto por el medioambiente, enfocada en la elaboración de vinos de calidad, siendo una marca de prestigio reconocido a nivel global y con una personalidad diferenciada. Inspirado en los cálidos días de primavera y verano, Miguel

Torres Chile, sumó este 2012 un nuevo producto a su portafolio de vinos. Se trata de "Días de Verano", un aromático y fresco vino blanco, 100% de la variedad moscatel.

Originario del Valle de Itata, lugar en el que las uvas reciben los fríos vientos de la precordillera, presentando una gran oscilación de las temperaturas, las quevarían notoriamente entre el día y la noche. Estas diferencias le permiten obtener uvas con una mejor conservación de los aromas y un buen frescor, características principales de las variedades blancas.

Con un diseño de etiqueta diferente y atractiva, la que se inspira en el tejido del mimbre chileno, pretende ser un resultado único, un homenaje a la artesanía chilena.

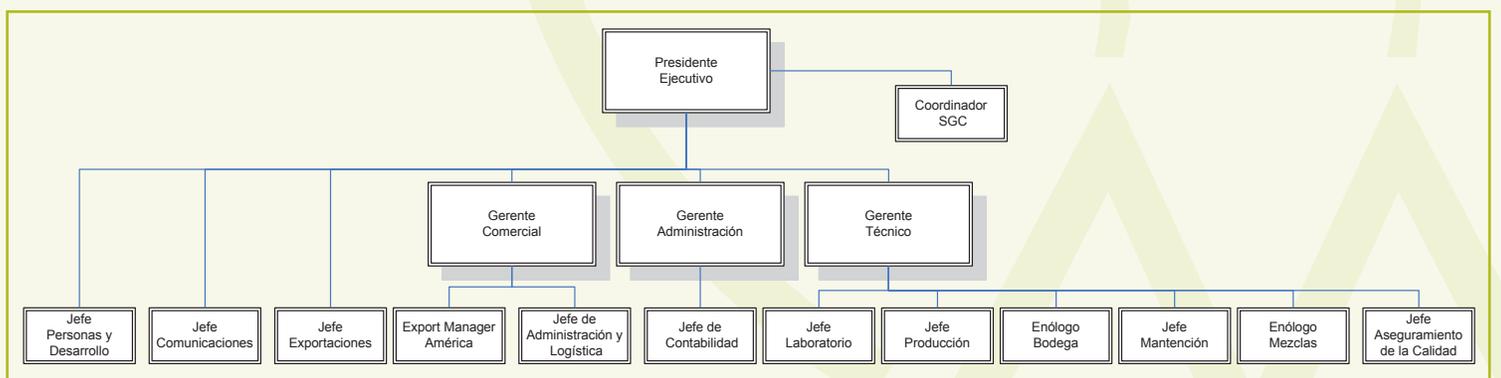
## Gobierno Corporativo

### Gobierno Corporativo

Miguel Torres Chile posee un manejo direccional horizontal, presidido por un directorio compuesto por Miguel A. Torres Riera y Alejandro Parot Fernández. Actuando como Presidente Ejecutivo el Sr. Miguel Torres Maczassek.

A partir del año 2012 se hace cargo de la Gerencia General de la S.V: Miguel Torres S.A. Chile el Sr. Jaime Valderrama Larenas

## Organigrama Dirección



## Planificación Estratégica de la Compañía

### Nuestra Misión

Viña Miguel Torres S.A es una empresa chilena de dueños españoles cuya estrategia se basa en los principios de respeto por el medio ambiente, responsabilidad social e innovación continua.

### Nuestra Visión

Llegar a ser la viña familiar líder y de prestigio de la industria chilena.

### Nuestro Posicionamiento

Miguel Torres es la marca de vinos preferida por los consumidores; por ser una marca familiar Global de Prestigio, preocupada del Medio Ambiente y Responsable Socialmente.

### Nuestros Principios y Valores

<b>Honestidad</b>	Que caracteriza a la gente de toda la empresa.
<b>Rentabilidad</b>	La empresa debe ser rentable para poder ser competitiva y debe vigilar los costos
<b>Trabajo en Equipo</b>	Que siempre es más productivo que la suma de los trabajos individuales
<b>Orientación y Cercanía al Cliente</b>	Para suministrarle aquello que necesita y que busca en nuestros productos.
<b>Pasión por la Calidad</b>	Compromiso por hacer los mejores vinos y prestar la mejor atención a los Clientes.
<b>Orientación a las Personas</b>	La empresa está preocupada por el bienestar de su gente.
<b>Cambio y Mejora Continúa</b>	Aportar ideas, innovar y buscar continuamente nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
<b>Desarrollo Profesional y Formación</b>	La empresa cree en la cultura del conocimiento y anima a su gente a asumir riesgos para conseguirlo, preocupándose por su desarrollo profesional.

Además, añadiremos 3 valores que deseamos desarrollar:

<b>Ecología</b>	Debemos hacerla parte de nuestra estrategia.
<b>Humildad</b>	No ponernos medallas, para hacer las cosas cada día mejor.
<b>Participación y Compromiso</b>	Sentirse partícipes de la empresa y de su futuro, comprometiéndose con su desarrollo.

### Objetivos Estratégicos

Los objetivos estratégicos de la organización son:

- Posicionar a Miguel Torres Chile entre las viñas de mayor prestigio de Chile.
- Liderar las áreas de Preocupación por el Medio Ambiente y Responsabilidad Social en el rubro.
- Acercarse al consumidor con productos ideados para satisfacer sus necesidades.

## Enfoque Precautorio

El compromiso medioambiental y social de nuestra organización nos ha llevado a tomar el Enfoque Precautorio según el Principio 15 de la declaración de Río sobre Medioambiente y Desarrollo, el cual indica que, *“Cuando haya peligro de daño grave o irreversible la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces en función de los costos para impedir la degradación del medio ambiente.”*

## Política de Calidad

S.V. Miguel Torres S.A. es una empresa familiar dedicada a la producción, embotellación y comercialización de vinos de calidad que abastece al mercado nacional y de exportación.

Al igual que nuestra Misión y acorde con el ideal de mejora continua que nos motiva, nos comprometemos mediante esta Política de Calidad con la satisfacción de nuestros clientes, el cumplimiento de los requerimientos del producto y la correcta gestión de los recursos. Para lo cual, nos basaremos siempre en el contacto directo con nuestros clientes, el trabajo en equipo con nuestros proveedores, preocupándonos del desarrollo de cada miembro de nuestra organización y del uso racional de los recursos.

Para cumplir con esta Política nos apoyamos en los siguientes compromisos que se transforman en nuestros Objetivos de la Calidad:

- Mantener en el tiempo un Sistema de Gestión de la Calidad basado en la Norma Internacional ISO 9001.
- Fomentar el desarrollo de cada miembro de la organización tanto en el ámbito personal como profesional, para que cada día puedan aportar a la mejora de la calidad teniendo siempre en mente el trabajo en equipo.
- Fomentar la participación activa de cada uno de los miembros de la organización por medio del aporte de ideas, mejoras y medidas preventivas.
- Mantener un sistema de Atención a Cliente que permita recoger sus inquietudes y responder rápidamente a sus requerimientos.
- Utilizar eficientemente los recursos asignados en plena armonía con el cuidado de nuestro entorno.



## Política de Responsabilidad Social y Comercio Justo

En la S. V. Miguel Torres S.A. conformamos una empresa familiar dedicada a la producción y comercialización de vinos de alta calidad y reconociendo que nuestro principal capital es el humano, hemos desarrollado una Política de Responsabilidad Social y Comercio Justo acordes con los lineamientos del modelo "Fair for Life" y de nuestros Valores Institucionales, por lo que nos hemos comprometido a:

- Cumplir la legalidad laboral vigente en Chile, respetando los horarios de trabajo, cancelación de remuneraciones, las condiciones de trabajo, salud y seguridad y todos aquellos puntos que nuestra legislación contempla para cautelar los derechos de los trabajadores.
- Respetar todos los derechos humanos, en especial aquellos que puedan afectar a los trabajadores, rechazando el trabajo infantil, el trabajo forzoso y la discriminación en cualquiera de sus formas.
- Desarrollar un marco favorable para las relaciones laborales entre los colaboradores y los directivos, así como entre los distintos departamentos, mejorando cada día nuestro desempeño en estas materias.
- Continuar apoyando a cada uno de nuestros colaboradores por medio de un sistema de bienestar bien conformado, la comunicación directa con los ejecutivos y la capacitación de cada uno de ellos.
- Promover la igualdad entre todos los colaboradores, sean estos permanente o temporales.
- Respetar el pago mínimo de Comercio Justo como base para el pago de nuestros proveedores de uva, estén estos o no dentro del modelo "Fair for Life".
- Promover el buen uso de los recursos generados por la Prima de Comercio Justo, a la cual tendrán acceso todos los colaboradores, ya sean de las agrícolas o de la vinícola, incluyendo los temporales, los cuales serán ocupados íntegramente para el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de ellos y el entorno.
- Incentivar la participación de los colaboradores por medio del aporte de ideas y de las reuniones de delegados, los cuales son democráticamente elegidos por cada unidad de trabajo y son

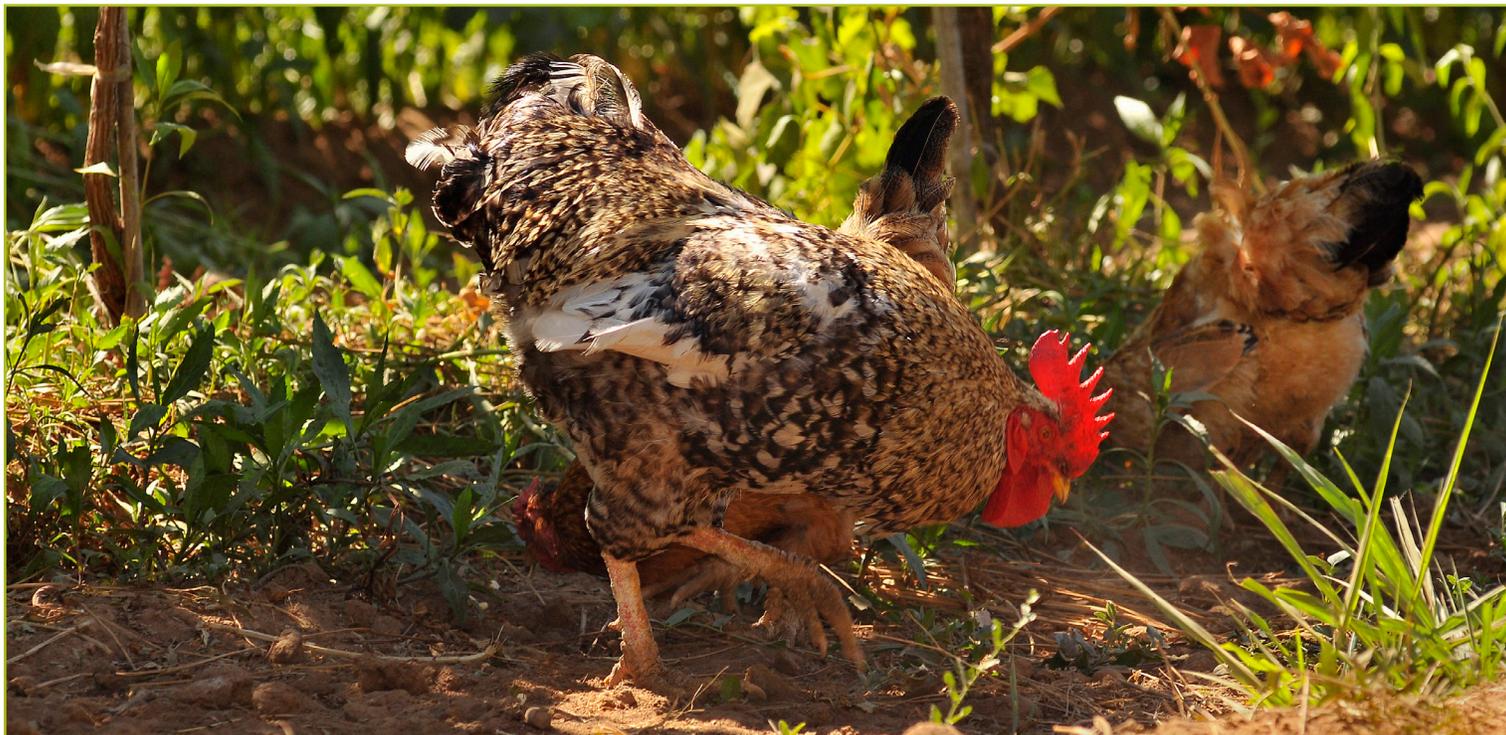
un canal permanente de comunicación de las inquietudes de los colaboradores.

- Potenciar una cultura de respeto al medio ambiente, promoviendo el uso eficiente de la energía, la incorporación de energías renovables y preocupándonos cada día de la disminución de los impactos que nuestra actividad genera en el entorno.

Estamos seguros que con el cumplimiento de estos compromisos seguiremos mejorando cada día nuestro sistema de Responsabilidad Social para poder lograr una sociedad más justa y que de cabida a todas las personas, devolviendo el progreso de la empresa a nuestra comunidad.

Por lo anterior, tenemos el firme propósito de seguir siendo en una empresa referente en materias de Responsabilidad Social y unos líderes positivos en nuestra comunidad para seguir siendo pioneros en la viticultura chilena.





**Otras Iniciativas Sociales y Ecológicas que Voluntariamente se han Suscrito.**

**Certificación Fair For Life**

Este periodo cumplimos 3 años de la certificación FairForLife, auditado por la empresa *InstituteForMarketecology Chile* (IMO Chile) a nombre de su casa matriz *InstituteForMarketecology Suiza* (IMO Suiza), quienes garantizan que en todas nuestras instalaciones y predios se trabaja respetando los pilares fundamentales de la Responsabilidad Social y el Comercio Justo, estos pilares son:

- **Trato Justo con los proveedores**

La Viña paga a todos sus proveedores de uva un valor que cubre como mínimo los costos de producción más un porcentaje de utilidad mínimo del 10% para que el productor pueda desarrollarse.

- **Trato Justo con los Trabajadores**

Todos los trabajadores de la Viña son tratados bajo las recomendaciones de buenas prácticas laborales de la OIT, eliminando cualquier rastro de discriminación, abuso de los derechos fundamentales de cada trabajador y preocupándose de la salud y seguridad de cada uno de ellos.

- **Trato Justo con el Medio Ambiente**

La Viña realiza un manejo agrícola responsable, preocupada de mantener los ecosistemas tanto dentro como fuera de sus predios. Para esto una de las iniciativas más fuertes es el certificar el 100% de los campos propios como agricultura orgánica.

Esta certificación internacional de Comercio Justo conlleva la entrega de un importante aporte en dinero para que los trabajadores se organicen y los utilicen en proyectos de acción social que permiten el mejoramiento de la calidad de vida de ellos, su familia y la comunidad cercana.

Durante el período reportado se continuó con el desarrollo de los proyectos de acción social a la comunidad interna y externa.

En marzo de 2012 se realizó la inauguración formal del año escolar en la renovada escuela de Potrero Grande, a 30 kilómetro hacia la cordillera de Curicó, y otra en la localidad de Huerta de Maule, cercano a un predio de la viña. Además se continuó con el apoyo a los hijos de los trabajadores mediante el aporte de útiles escolares.

## Certificación del Código de Sustentabilidad

A la iniciativa de certificación del Código de Sustentabilidad de Vinos de Chile que fue certificada en su área verde en diciembre de 2011 le siguió la incorporación de un representante de la viña al Código de Normas de este estamento durante el 2012. Este organismo, dependiente de Vinos de Chile y en particular de la Gerencia de I+D, tiene la misión de estudiar, revisar y reformular el Código de Sustentabilidad, con el objeto de generar una mejor adecuación al mercado de este instrumento y promover la mejora continua del sistema. Para estos efectos este comité se reunió una vez por semana hasta completar la revisión de los estándares rojos y naranjas (zonas productivas y responsabilidad social respectivamente).

Durante el 2013 se prevee la certificación de las áreas Naranja y Roja, para así completar toda la cadena de valor de la producción de vinos.

Para más informaciones consulte <http://www.sustentavid.org/>

## Adhesión a la Red Pacto Global Chile

Otra iniciativa voluntaria que durante el 2012 se suscribió y que nos llena de orgullo, es la adhesión a la **Red Pacto Global Chile**. El Pacto Global es una iniciativa lanzada por la ONU en 1999 y fue puesta en funcionamiento en julio del año 2000. El objetivo del Pacto es difundir entre las empresas del mundo los principios de la Responsabilidad Social, llamándolas a adoptar diez principios universales, los que están sustentados en los pilares de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción.

Los principios del pacto son:

### *Pilar de Derechos Humanos*

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional;
2. Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos.

### *Pilar Normas Laborales*

3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva;
4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio;
5. La abolición del trabajo infantil;
6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

### *Pilar Medio Ambiente*

7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales;
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental; y
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

### *Pilar Anticorrupción*

10. Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

Para más información, favor dirigirse al sitio [www.pactoglobal.cl](http://www.pactoglobal.cl)

## Membresía en Asociaciones y/o organizaciones nacionales e internacionales de asesoramiento

Entre los organismos chilenos en los cuales la viña está asociada, se encuentra la Asociación Vinos de Chile, organización gremial sin fines de lucro y de carácter privado, que busca representar los intereses del sector vitivinícola chileno, tanto dentro del país, como en el extranjero.

## Grupos de Interés

Hoy en día que vivimos en un mundo globalizado, la empresa que no reconoce quiénes son sus grupos de interés tiende a desaparecer, es por esto que la Viña ha estado permanentemente preocupada de sus grupos de interés o “stakeholders”, reconociendo una mutua interacción para así garantizar el desarrollo de nuestra organización y de la comunidad en conjunto.

Otro punto importante es la comunicación que debe existir con cada uno de ellos, con el fin de mejorar la calidad de los productos y servicios y de disminuir los impactos que se pudieran producir con su funcionamiento.

Para la identificación y selección de las partes que tienen directa influencia en el actuar de la organización, se utilizó el mismo criterio del año anterior, analizando cada una de las que tienen directa relación con la Viña, ya sea a nivel comunicacional o de gestión de proyectos en común, etc. Además de utilizar el criterio de la retroalimentación, en el que, tanto los grupos de interés, como la empresa, definen su actuar según el accionar del otro.

Por este motivo, hemos determinado que los grupos de interés o “stakeholders” que son influenciados por el accionar de nuestra organización son los que se enumeran a continuación y que han sido ordenados alfabéticamente:

### a) Casa Matriz

Al ser nuestra empresa filial de Bodegas Torres, estamos sujetos a la supervisión por parte de ellos, tanto desde el punto de vista económico como técnico, estado personificada esta supervisión en la persona de Miguel A. Torres

### b) Clientes

Para toda empresa sus clientes son su motivo de existencia. Para la Viña no es distinto, consideramos que el contacto directo con ellos es la única forma de mejorar día a día nuestros procesos, productos y servicios. Los miembros del Club Torres están dentro de este grupo de interés.

### c) Colaboradores

Fundamental para el desarrollo de la actividad y de la calidad de nuestros productos son nuestros colaboradores, personas que constituyen el corazón de la organización y que son dignas de un trato justo y equitativo. Por este motivo estamos constantemente preocupados de sus intereses y mantenemos un estilo de comunicación “puertas abiertas” para la interacción. Recogemos directamente las inquietudes y necesidades de nuestros colaboradores.

### d) Comunidad cercana

La comunidad cercana comprende todas aquellas instituciones que ejercen su actividad en el entorno cercano, especialmente en Curicó o sus cercanías, entre ellas se cuenta:

- Municipalidad de Curicó
- Junta de Vecinos Maquehua
- Escuelas dependientes de la Municipalidad de Curicó

### e) Comités FairTrade

Cada empresa certificada en Comercio Justo, incluyendo la Viña debe conformar un Comité FairTrade para gestionar el correcto uso de los dineros generados por la prima, por esto son un stakeholder muy importante para la organización, ya que de su buen desempeño depende el buen uso de los dineros y la viabilidad futura del proyecto.

Estos Comités están establecidos y regulados jurídicamente bajo la ley 19.418 de Organizaciones Comunitarias Funcionales. Para el periodo reportado los comités son:

- Comité Solidario, Deportivo, Juvenil y Ambiental Miguel Torres FairTrade.
- Comité de Acción Solidaria El Salvador.
- Comité Solidario Valle de Guaitutén.
- Comité Solidario San Antonio.
- Comité Solidario, Deportivo, Juvenil y Ambiental Viñedos Crucecillas.
- Comité Solidario, Deportivo y Ambiental Fundo Los Zorrillos.
- Comité Solidario, Recreativo, Deportivo y Ambiental Unión Rucatalca.
- Comité Mixto Viña Tellerí

Además existen 8 comités más que, por el bajo número de trabajadores existentes en las agrícolas (se requieren mínimo 10 personas), no han podido conformarse legalmente y funcionan como comités simples, los cuales tienen los mismos derechos y deberes de los comités con personalidad jurídica.

### f) Empresas Certificadoras

Corresponde a aquellas empresas que proveen servicios de certificación en alguno de los aspectos de relevancia para la viña, entre ellas se encuentran:

- IMO Suiza, certificación Orgánica y de Comercio Justo
- Bureau Veritas, certificación ISO 9001

### g) Entidades Públicas y Privadas

En este grupo se encuentra aquellas instituciones que tienen un papel fiscalizador estatal y/o relaciones comerciales.

- Gobierno de Chile
- Fundación para la Innovación Agraria (FIA)
- Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP)
- Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)
- Secretaría Regional Ministerial de Economía

- Secretaría Regional Ministerial de Economía
- Embajadas
- Inspección del Trabajo
- ProChile
- Servicio Agrícola y Ganadero
- Servicio de Salud
- Medios de Comunicación

#### **h) Proveedores**

En este grupo se incluyen dos tipos de proveedores

##### **Proveedores de Uva**

Son aquellos que entregan nuestra materia prima principal y se dividen a su vez en proveedores a largo plazo y compras spot.

##### **Proveedores Generales**

Son aquellos que nos proveen de todo el resto de los insumos y materiales.

Cada uno de nuestros proveedores considerados críticos son sometidos a proceso de evaluación a intervalos especificados, retroalimentándolos respecto de los resultados.

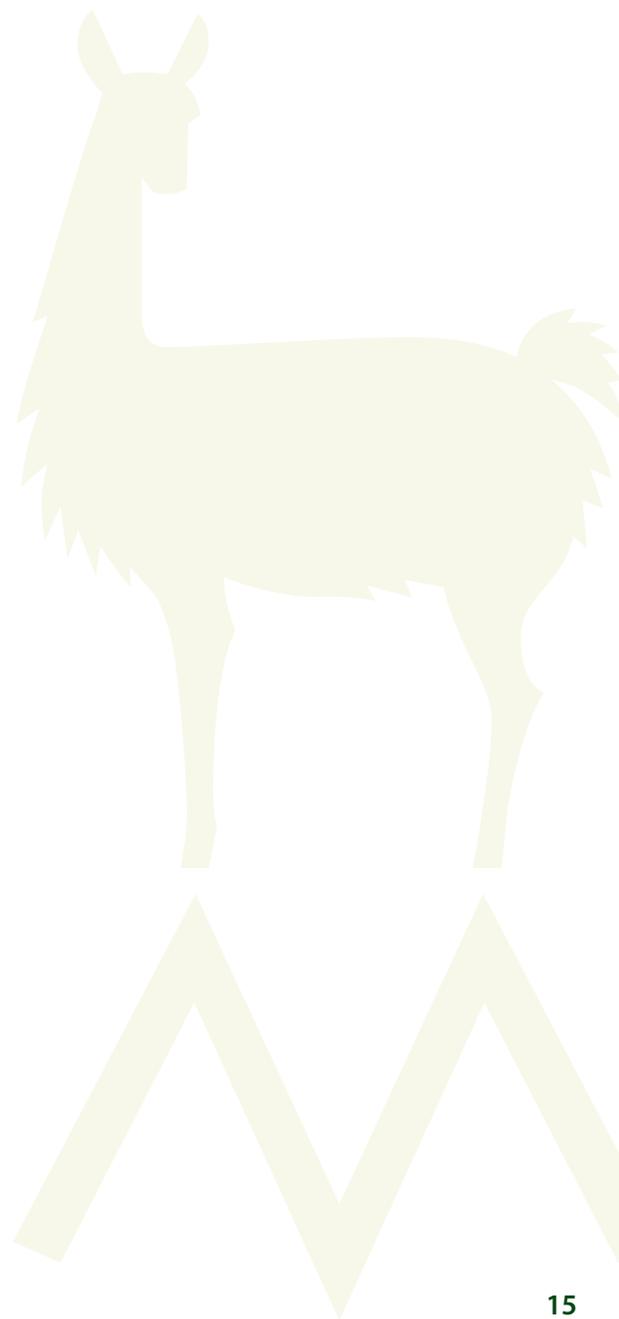
#### **i) Organizaciones de Beneficiencia, Centros de Estudio y ONGS.**

En este grupo de stakeholders se encuentran las organizaciones de beneficencia a las cuales se ha aportado algún tipo de donación, donde se encuentran entre otros:

- CONIN - Corporación para la Nutrición Infantil
- COANIL – Fundación de Ayuda al Niño Limitado
- Damas de Rojo
- Fundación Las Rosas

#### **j) Otras Organizaciones Gremiales y Similares**

- Asociación Chilena por el Comercio Justo
- Asociación de Vinos de Chile
- Ruta del Vino Valles de Curicó
- Vignadores de Carignan
- Asoc. Gremial de Agricultura Orgánica del Sur AG
- Asoc. Gremial Nac. Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile
- Grupo Transferencia Tecnológica de Enólogos (GTT)
- Corporación Chilena del Vino (CCV)
- Cámara Oficial Española de Comercio de Chile
- Cofradía del Mérito Vitivinícola.



## Enfoque de involucramiento con las distintas partes

El enfoque y nivel de participación con cada grupo de interés dependerá de la relación existente entre las partes. El estándar de enfoque se da de acuerdo al grupo de objetivos comunes que se tienen con cada stakeholder.

Por ejemplo con la Municipalidad de Curicó existen distintos niveles de comunicación, mientras la organización de eventos como la Comisión de Fiesta de la Vendimia se ve directamente con el Alcalde y sus asesores, los temas comunitarios y de acción social se ven con el Departamento de Organizaciones Comunitarias, y los temas relacionados con la ayuda a escuelas rurales se ve con el Departamento de Administración de Educación Municipal.

Otra iniciativa de interacción con nuestros grupos de interés es el proyecto de creación de una "Asociación Chilena por el Comercio Justo", la cual esperamos concretar durante el 2012, para lo cual se colocarán los mayores esfuerzos ya que estamos convencidos de que es una instancia necesaria de diálogo y difusión de esta iniciativa.

## Principales cuestiones y asuntos de interés que hayan surgido a través de la participación de los stakeholders

Nuestro principal punto de encuentro con las partes interesadas ha sido nuestro proyecto FairForLife, el cual nos ha impulsado a reunirnos con la Municipalidad, productores, trabajadores, escuelas, etc. Para detectar donde es necesario invertir y en qué puntos la rentabilidad social es mayor.

Sin embargo, al embarcarnos en el tema FT, nos encontramos con una serie de interrogantes y poca claridad en relación a como el SII consideraba el pago de la prima y qué consecuencias tributarias tenían sobre las empresas. A pesar de que existen en Chile desde hace bastante tiempo empresas que siguen esta filosofía, todas eran poco transparentes en el manejo de la información. Fue así como contratamos asesores expertos en temas tributarios e hicimos un requerimiento formal al SII para que modificara la normativa vigente y permitiera que el pago de las primas FairTrade fueran reconocidas como un gasto necesario para generar rentas y no fuera considerada una donación, afecta al 34% de impuesto. Además se identificó cual sería el mecanismo para su contabilización tributaria (vía factura) y el tipo de proyectos que serían aceptados por el SII. A partir de dicho oficio, FairTrade es un concepto que el SII acepta, entiende y permite dentro del marco tributario de Chile.

Esta gestión ha marcado un hito en el Comercio Justo en Chile y sirve de marco regulatorio para todas las empresas que trabajan bajo esta filosofía de negocio, lo que nos llena de orgullo y pretendemos difundir a través de la Asociación Chilena por el Comercio Justo recientemente constituida.

## Testimonio 1



*IMO comenzó el servicio a Miguel Torres en el año 2001, con la primera certificación de un campo orgánico de la Viña, siendo así Miguel Torres con certeza una de las primeras cinco viñas orgánicas del país. Desde ese entonces pudimos experimentar el compromiso de la empresa para llegar más allá de lo que se pide por parte de lo que exigen las normativas, ya que siempre destacó el hecho de que certificó realidades establecidas, previo a su exigencia legal, para el caso de lo orgánico todos los viñedos de Torres se manejaban prácticamente orgánico, sin que estos estuvieran formalmente certificados aplicando a partir del 2008 las conversiones de sus campos de manera oficial, contando hoy con el 100% de sus predios orgánicos certificados siendo la tercera Viña más importante del país.*

*Por otra parte desde el 2010, Miguel Torres comienza a formalizar su compromiso social a través de la certificación de Comercio Justo (FairForLife), siendo uno de los primeros 3 proyectos certificados para esta normativa. Destaca en esta iniciativa el afán de llevar el beneficio de comercio justo, no solamente a sus propias agrícolas, sino que también involucran a sus proveedores, en este desafío, con esto pusieron especial énfasis en promocionar pequeños productores, tanto como sus proveedores comunes donde el estándar social de Torres llevaba la batuta en la buena implementación. En estos momentos Miguel Torres debe ser el actor más relevante de ventas de productos de comercio justo en Chile.*

*Percibimos que Miguel Torres, es una Viña de vanguardia en temas relacionados a la protección del medio ambiente y además en el cuidado de la responsabilidad social, esto tanto a los trabajadores y empleados como la comunidad en que se encuentra la empresa, destaca el alto compromiso de sus dueños en relación a los principios y visiones hacia la sustentabilidad, y la buena ejecución del equipo profesional que está detrás para cumplir estos compromisos.*

*Henrich Neisskenwirth  
Socio y Gerente General IMO Chile*

## Premios Recibidos



### CONDE DE SUPERUNDA SCORES

Vintage 2005 - Descorchados Wine Guide 2012 Chile - **95 Points**  
 Vintage 2005 - Wine Spectator USA - **92 Points**  
 Vintage 2005 - Guía Mujer y Vino 2012 Chile - **95 Points**  
 Vintage 2004 - Wine Spectator USA - **92 Points**  
 Vintage 2004 - Guía Peñin España - **91 Points**  
 Vintage 2002 - Wine Spectator USA - **92 Points**

#### AWARDS

Vintage 2006 Concours Mondial Bruxelles 2013 **Gold Medal**  
 Vintage 2006 Concours Mondial Bruxelles 2013 **Gold Medal**  
 Vintage 2005 - Cinve Spain - **Grand Gold Medal**



### CORDILLERA BRUT SCORES

Descorchados Wine Guide 2012 Chile - **90 Points**

#### AWARDS

Annual Wines Of Chile Awards 2011 - **Gold Medal**



### CORDILLERA CARMENÈRE SCORES

Vintage 2008 - Wine Guide LA CAV Chile - **90 Points**

#### AWARDS

Vintage 2009 - Mundus Vini 2013 - **Gold Medal**  
 Vintage 2009 - Japan Wine Challenge 2013 - **Gold Medal**  
 Vintage 2008 - Catador W Chile - **Grand Gold Medal**  
 Vintage 2008 - Cinve Spain - **Gold Medal**



### MANSO DE VELASCO SCORES

Vintage 2009 - Descorchados Wine Guide 2013 Chile - **92 Points**  
 Vintage 2008 - Descorchados Wine Guide 2012 Chile - **94 Points**  
 Vintage 2008 - Guía Peñin Spain - **93 Points**  
 Vintage 2008 - Wine Enthusiast USA - **93 Points**  
 Vintage 2007 - Tony Aspler's Cellar Book Canada - **92 Points**  
 Vintage 2007 - Descorchados Wine Guide 2011 Chile - **91 Points**  
 Vintage 2006 - Descorchados Wine Guide 2010 Chile - **95 Points**  
 Vintage 2006 - Wine Spectator USA - **91 Points**

#### AWARDS

Vintage 2009 - International Wine Challenge 2013 - **Gold Medal**  
 Vintage 2008 - Cinve Spain - **Gold Medal**



### CORDILLERA CARIGNAN SCORES

Vintage 2009 - Descorchados Wine Guide 2013 Chile - **90 Points**  
 Vintage 2009 - Wine Guide LA CAV Chile - **91 Points**  
 Vintage 2009 - Wine Enthusiast USA - **90 Points**  
 Vintage 2008 - Stephen Tanzer's USA - **90 Points**  
 Vintage 2008 - Wine Guide Mujer y Vino 2012 Chile **91 Points**  
 Vintage 2007 - Descorchados Wine Guide 2011 Chile **90 Points**

#### AWARDS

Vintage 2009 - International Wine Challenge 2013 - **Gold Medal**  
 Vintage 2009 - Mundus Vini 2013 - **Gold Medal**  
 Vintage 2009 - Mondial de Bruxelles Chile - **Gold Medal**  
 Vintage 2008 - Cinve Spain - **Gold Medal**  
 Vintage 2008 - Catador W Chile - **Gold Medal**



## CORDILLERA SYRAH SCORES

Vintage 2008 - Guía de Mujer y Vino 2012 Chile - **91 Points**  
Vintage 2008 - Descorchados Wine Guide 2011 Chile - **90 Points**



## LAS MULAS SAUVIGNON BLANC AWARDS

Vintage 2012 - Korea Wine Challenge- **Gold Medal**  
Vintage 2011 - Concours Mondial Du Sauvignon France - **Gold Medal**



## SANTA DIGNA SAUVIGNON BLANC SCORES

Vintage 2012 - Descorchados Wine Guide 2013 Chile - **90 Points**  
Vintage 2011 - Descorchados Wine Guide 2012 Chile - **90 Points**

### AWARDS

Vintage 2011 - Korea Wine Challenge - **Gold Medal**



## SANTA DIGNA CAB. SAUV. ROSÉ SCORES

Vintage 2011 - Descorchados Wine Guide 2012 Chile - **90 Points**

### AWARDS

Vintage 2011 - Mundus Vini 2011 Germany - **Gold Medal**  
Vintage 2011 - Catad'or Grand W Chile - **Gold Medal**



## CORDILLERA CHARDONNAY SCORES

Vintage 2012 - Wine Enthusiast 2013 - **90 points**



## NECTARIA SCORES

Vintage 2009 - Descorchados Wine Guide 2013 Chile - **91 Points**  
Vintage 2008 - Guía Peñin Spain- **95 Points**

### AWARDS

Vintage 2009 - Concours Mondial Bruxelles 2013 - **Gold Medal**  
Vintage 2009 - Mundus Vini Germany - **Gold Medal**  
Vintage 2008 - Decanter UK - **Regional Trophy**



## LAS MULAS CAB. SAUV. ROSÉ SCORES

Vintage 2010 - Mesa de Cata LA CAV Chile- **90 Points**



## SANTA DIGNA CABERNET SAUVIGNON SCORES

Vintage 2009 - Mundus Vini Germany - **Gold Medal**  
Vintage 2009 - Catad'or Grand W Chile - **Gold Medal**  
Vintage 2009 - Expo Vinos Perú - **Gold Medal**



**SANTA DIGNA MERLOT**  
SCORES

Vintage 2009 - International Wine Challenge - **Gold Medal**



**SANTA DIGNA CARMENÈRE**  
SCORES

Vintage 2011 - Descorchados Wine Guide 2013 Chile - **90 Points**  
Vintage 2010 - Descorchados Wine Guide 2012 Chile - **90 Points**  
Vintage 2009 - WineReviewOnline USA - **90 Points**



**RESERVA DE PUEBLO**  
SCORES

Vintage 2012 - Tim Atkin 2013 - **90 points**



**SANTA DIGNA SYRAH**  
SCORES

Vintage 2010 - Descorchados Wine Guide 2012 Chile - **90 Points**



**ESTELADO ROSÉ**  
SCORES

Descorchados Wine Guide 2013 Chile - **91 Points**  
Descorchados Wine Guide 2012 Chile - **90 Points**  
*Voted the Best Sparkling Wine of Chile 2012*

**AWARDS**

9th Annual Wines Of Chile Awards 2012 - **Gold Medal**  
*Best Sparkling Wine of Chile*  
10th Annual Wines Of Chile Awards 2013 - **Best Sparkling**  
*Chosen for second consecutive time as the Best Sparkling Wine of Chile*  
Sparkling Wine Guide Chile - **5 Stars**



*“Miguel Torres ha transformado el mundo del vino, no solo siendo un ejemplo para la modernización de la industria del vino en España, sino a escala mundial”.*

Adam Strum,  
Director y redactor de Wine Enthusiast.

### MIGUEL A. TORRES GALARDONADO POR TRAYECTORIA

La publicación estadounidense Wine Enthusiast reconoció la visión y el liderazgo de Miguel A. Torres durante sus más de 50 años de carrera en la industria del vino.

El presidente de Bodegas Torres, Miguel A. Torres, recibió el Lifetime Achievement Award otorgado por la prestigiosa revista estadounidense Wine Enthusiast. Su reconocimiento se debió a sus más de cinco décadas de carrera profesional, su visión internacional y su preocupación por el apoyo a prácticas sostenibles y ecológicas. La revista destacó el papel de Miguel A. Torres como pionero en la utilización de técnicas modernas para la producción del vino, como líder en la globalización del vino –destacando la presencia de Torres en más de 160 países–, como visionario y como incansable embajador internacional de los vinos españoles.

En su discurso con motivo de la recepción del premio, Miguel A. Torres manifestó:

“Es para mí un enorme orgullo y un honor recibir este reconocimiento, pero me gustaría destacar la importancia y dedicación del equipo internacional de Torres, incluido nuestro importador en Estados Unidos, pero sobre todo el extraordinario trabajo y esfuerzo de mi propia familia: mi esposa Waltraud, que me ayudó a crear la empresa y a criar a nuestros tres hijos, Anna, Mireia y Miguel, y, por supuesto, a mis hermanos Marimar y Juan María”.

“Miguel Torres ha transformado el mundo del vino, no solo siendo un ejemplo para la modernización de la industria del vino en España, sino a escala mundial”, dijo Adam Strum, director y redactor de Wine Enthusiast. “Ha ayudado a difundir el consumo de vino en China en su papel como principal importador y minorista, y ahora se está moviendo a India y más allá. Encantador y carismático, Torres es respetado en todo el mundo por su innovación, diligencia y liderazgo en el mundo del vino”.

Estos prestigiosos premios se conceden anualmente basándose en los votos de los redactores, críticos y periodistas relacionados con la revista Wine Enthusiast, una publicación líder en información sobre el vino con más de 700.000 lectores en todo el mundo. Desde 1999, los Wine Star Awards de Wine Enthusiast distinguen a las personas, organizaciones y empresas cuyo trabajo en el sector del vino destaca en cuanto a calidad y proyección internacional.



# DIMENSIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

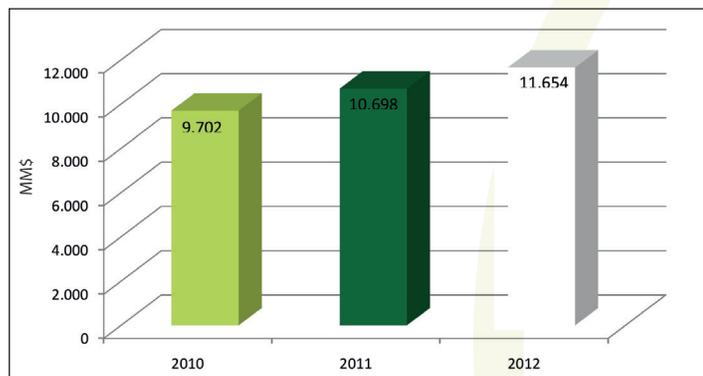
# Capítulo 2.

## Indicadores de Desempeño Económico – Financiero

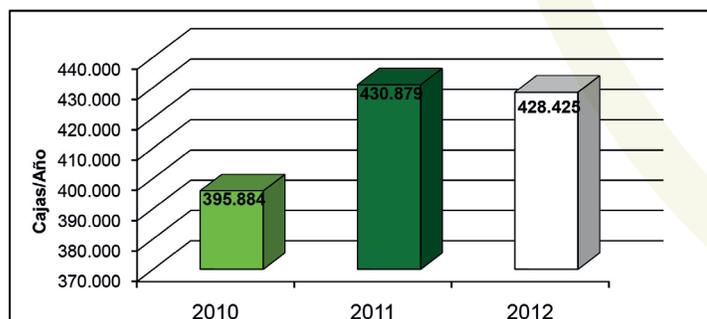
A nivel financiero, el 2012, a pesar de la inestabilidad mundial y especialmente en Europa, fue un buen año, se mantiene el crecimiento progresivo que se ha experimentado los últimos años.

A continuación se presentarán los principales indicadores financieros del año 2012, y su comparativo con el 2011 y 2010. Ventas NetasEC1

Como se puede apreciar en el gráfico, la facturación ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos tres años, presentando un alza del 9% el 2012 con respecto al 2011, pasando de MM\$10.698 a MM\$11.654. En relación con el 2010, el aumento corresponde al 20%.



Si bien la facturación creció el 2012 en relación al 2011, la venta total por cajas sufrió un pequeño descenso del 1%, de 430.879 cajas de 9 litros que se vendieron el 2011, bajó a 428.425 unidades el 2012. Estos nos indica que la facturación total por caja fue un 10% mayor que el periodo anterior.



### Producción Anual.

Para una empresa como esta, si bien existe una relación entre las ventas y la producción, esta al ser desfasada en el tiempo no es 100% correlacionable, constituyéndose en un indicador propio de la eficiencia productiva y de la utilización de las instalaciones para cada uno de los procesos involucrados. Para este efecto la productividad se mide tanto en la etapa de embotellado como en la de etiquetado en cajas de 9 litros y en el proceso de vinificación, se mide directamente en litros

En el transcurso del periodo reportado y su comparativo con los años 2010 y 2011, los datos son:

	Unidad	2010	2011	2012	2011 v/s 2012
<b>Vinificación</b>	Litros	2.373.728	3.380.448	5.886.926	▲ 74%
<b>Embotellado</b>	Cajas 9 lt.	386.052	411.533	464.873	▲ 13%
<b>Etiquetado</b>	Cajas 9 lt.	373.479	415.758	422.773	▲ 2%

El importante aumento en la producción de vino se debe principalmente a un ajuste de inventario que se realizó esta temporada para retomar los niveles normales que, después del terremoto del 2010 habían caído. Además, para satisfacer las futuras demandas que se esperan según las proyecciones de ventas en los próximos tres años.

### Donaciones.

Durante el 2012 la empresa registró en su contabilidad egresos por concepto de donaciones por un total de \$13.328.339.- donde el principal beneficiado fue la Cruz Roja Japonesa quien recibió un aporte por \$13.200.000.- para ayudar a palear los efectos del terremoto del año anterior. El resto se repartió en las siguientes instituciones:

- Damas de Rojo – Voluntarias de Hospital
- Conin – Corporación para la Nutrición Infantil
- Escuela Cataluña – DAEM Curicó
- Fundación Las Rosas

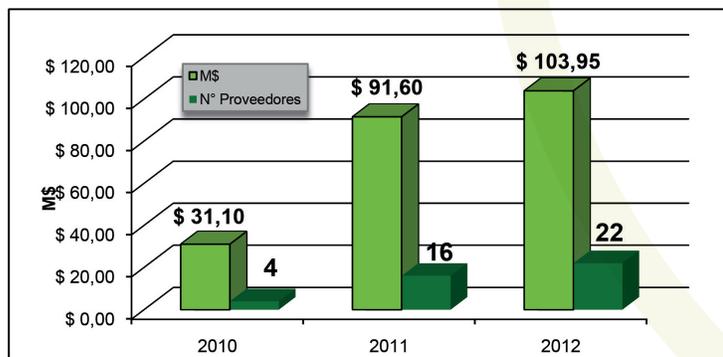
### Inversiones en la comunidad.

Este punto es abordado principalmente por nuestra certificación de Comercio Justo, la cual contempla un monto en dinero equivalente al 5% del costo de la materia prima (uva vinífera), más un 5% del costo de la mano de obra directa. Estos dineros van directamente a los trabajadores tanto de la viña como de las empresas proveedoras de la uva en la misma proporción del producto entregado por cada una de las empresas o agrupaciones. Esta prima debe ser utilizada en proyectos de acción social interna o externa.

La prima de comercio justo es administrada por un organismo paritario llamado "Comité de Comercio Justo" el cual está conformado por representantes elegidos democráticamente por los trabajadores y por personas designadas por la administración de la empresa, en proporción tal que siempre las personas elegidas democráticamente deben tener más del 50% de los integrantes. Este Comité tiene como funciones principales:

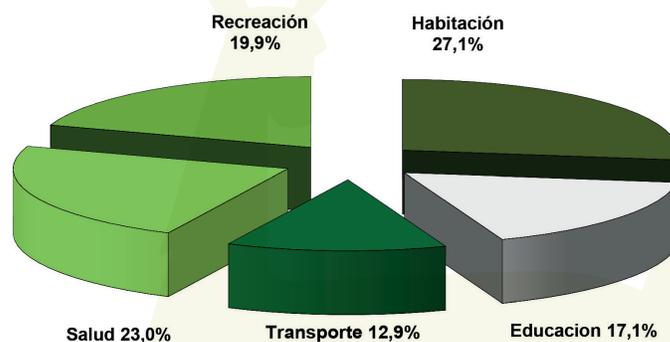
- Recoger las ideas de los trabajadores.
- Desarrollar los proyectos de acción social internos o externos en base a las ideas aportadas.
- Someter estos proyectos a la asamblea general para que sean ratificados o rechazados.
- Desarrollar los proyectos aprobados.

El siguiente gráfico indica la variación de la prima en los últimos tres años la cual ha superado el valor de 103 millones de pesos en el año recién pasado, experimentando un aumento del 13% en relación al 2011.



Este aumento se explica al aumento en la compra de uva FairTrade ya que, al ser una certificación de producto, se requiere que la uva que compone los productos certificados esté en un porcentaje mínimo del 95%. Para el 2013 se proyecta mantener el número de productores pero incrementar el volumen de uva y por ende de prima ajustando a los requerimientos del mercado y los stocks existentes.

Los proyectos realizados con estos dineros se pueden clasificar en diversas categorías dependiendo del ámbito de acción en el que se desenvuelvan y para el año recién pasado la distribución fue la siguiente:



Nota, este gráfico muestra tanto los proyectos desarrollados y los que están en desarrollo.

Entre los principales proyectos desarrollados o en desarrollo para cada ámbito se destacan:

- Habitacional
  - Proyectos de mejoramiento de viviendas rurales entre los que se cuentan: cambio de techumbre, reparación de pisos, reparaciones de baños, cercos perimetrales y seguridad.
- Salud
  - Operativos médicos pediátricos, oftalmológicos y dentales para zonas rurales.
  - Charlas psicológicas "autoestima y manejo de conflictos"
- Recreación y deporte
  - Complejos deportivos.
- Educación
  - Reparación e implementación de escuelas públicas rurales.
  - Compra de útiles escolares para los hijos de los trabajadores.
- Transporte
  - Compra de bicicletas y accesorios de seguridad vial para trabajadores que se desplazan normalmente por esta vía, especialmente en zonas rurales.

**Testimonio 2**

Como parte del Comité Unión Rucatalca, puedo decir que la experiencia ha sido buena, ha costado sí, pero buena.

Ya juntarse ha sido todo un desafío, y ponerse de acuerdo y dejar de pensar en nosotros primero... el más grande.

La oportunidad que nos da el proyecto con Viña Miguel Torres, no es solo disponer de un dinero. Al principio la idea para la gente fue muy buena y tentadora, genero muchas expectativas, cada uno entendió a su manera el fin que tenía el proyecto, luego tuvimos que encargarnos de hacer entender que en teoría el dinero era nuestro, pero más que gastarlo nuestra tarea era administrarlo.

Ya estamos en nuestro segundo año y debo decir que me he sorprendido gratamente con los resultados, cada vez ha sido más fácil encontrar proyectos que beneficien a toda la comunidad. Cuando nos explicaron el objetivo del proyecto nos dimos cuenta que todo estaba enfocado a satisfacer necesidades materiales, consideramos que no era la mayor necesidad de nuestro sector, y planteamos la idea de que el bienestar emocional y la recreación era parte importante en una comunidad. Ahí se gesta la idea de invertir todo un día directamente en nosotros, como fue el taller de motivación personal que hicimos el primer año con la sicóloga Viviana Parada, con el objetivo que la gente aprendiera un poco a pensar más positivamente y así vivir mejor, la experiencia fue muy productiva, la gente contó experiencias, tomó confianza. Terminamos bailando todos, se pudo demostrar a los trabajadores más jóvenes que no era necesario el alcohol para pasarlo bien.

Otro aporte a las personas, en forma indirecta, fue la donación de estufas a la escuela rural de nuestro sector, compra de forros y cámaras de bicicleta para todos los trabajadores de nuestra empresa, ya que este es el medio de transporte más usado para llegar al trabajo.

Para este año los proyectos están enfocados a la comunidad, aparecieron varias ideas, con aprobación 100% para algunas y otras con algunos disidentes, aun así llegamos a acuerdo, y los beneficios serán para las instituciones de nuestro sector "Yaquil". Para el Club Deportivo de Fútbol, se comprará una máquina cortadora de pasto. También nos encargaremos de barnizar la Capilla Católica, se comprarán contenedores de basura para algunos puntos, ayuda solidaria para vecinos con problemas médicos y aporte para terminar construcción de una sala en la Posta. Además hemos

pedido presupuestos a empresas capacitadoras para realizar cursos de gasfitería, mecánica, repostería y peluquería. Según los costos de éstos, se verá factibilidad de cada uno de ellos. Para la próxima temporada se está evaluando realizar cursos de conducir, destinados a mujeres.

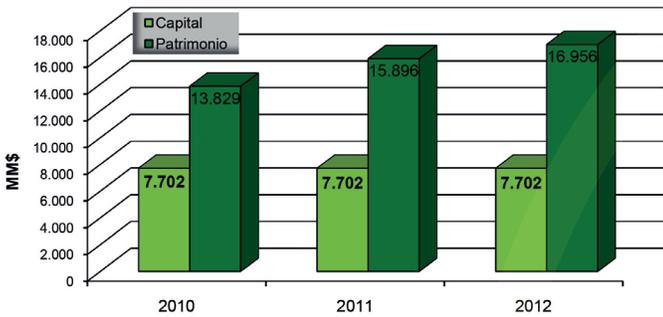
El Comité ya está en marcha, la tarea es seguir beneficiando a nuestra gente, y en forma indirecta a los vecinos de nuestro sector.

Ariela Jeannette Moya Boutaud  
Comité Solidario, Recreativo, Deportivo y  
Ambiental Unión Rucatalca

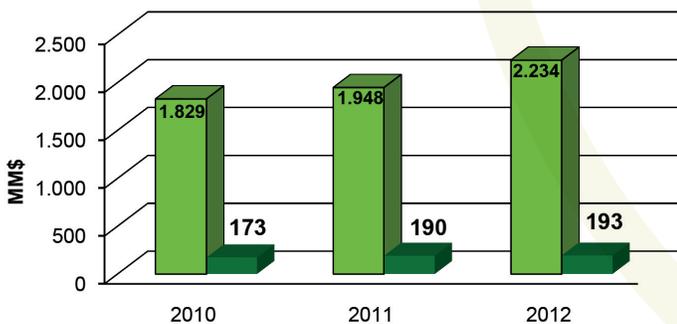
### Capital / Patrimonio

El Capital corresponde al aporte de los socios para iniciar el negocio, más aportes nuevos, menos retiros y el Patrimonio es el capital más corrección monetaria, utilidades retenidas y no distribuidas.

En el siguiente gráfico presentamos la evolución de estos dos indicadores, donde se aprecia que el aumento de capital entre el 2011 y el 2012 es de un 7%.



Considerando que para la Viña Miguel Torres el recurso más importante del que dispone son sus colaboradores, en este indicador hemos incluido todos los costos que por concepto de renta y otros beneficios sociales se han incurrido, además para realizar una comparación objetiva de este gasto, se ha incluido en el gráfico el número total de trabajadores en el mismo periodo.



De esta información podemos concluir que el gasto total por persona por concepto de remuneraciones y beneficios sociales extras ha aumentado considerablemente en los últimos años, lo cual se debe principalmente al aumento sostenido que han experimentado el costo de la mano de obra y la profesionalización de distintos cargos.

Respecto a la política de remuneraciones, hay que destacar que Viña Miguel Torres siempre ha considerado un sueldo mínimo empresa el cual está por sobre el sueldo mínimo legal en Chile.

Sueldo Mínimo Miguel Torres:	\$245.000.-
Sueldo Mínimo Legal:	\$193.000.-

En relación a los gastos totales por beneficios extras a los contemplados a la ley chilena, la viña invirtió durante el 2012 la suma de \$270.7 millones de pesos. Estos beneficios están detallados en el capítulo de "Indicadores del Desempeño de Prácticas Laborales y Ética del Trabajo".

### Aporte del Estado

Durante el periodo 2012 el aporte del estado a la compañía estuvo dividido principalmente en cuatro ítems:

- Proyecto de Preinversión en Riego (Corfo): \$27.635.474.-
- Programa de Alianza Productiva (INDAP): \$5.658.800.-
- Programa nacional de capacitación (SENCE): \$2.556.395.-
- Proyecto I+D, estos proyectos si bien están en ejecución, todavía no se reciben aportes. Ver detalle de proyectos en capítulo 7.



## Políticas y Prácticas con Proveedores Locales

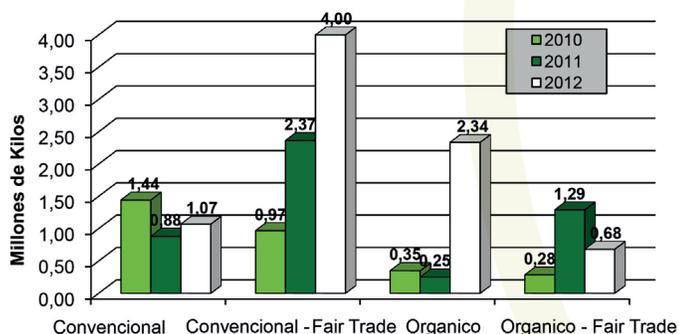
Para facilitar el desarrollo de este análisis hemos dividido a los proveedores en dos grupos, los proveedores de uva que son el 100% chilenos y los proveedores de insumos y servicios, los cuales van migrando cada día más a productores nacionales.

### Productores de uva

Los productores de uva corresponden a agricultores de diversos tamaños, desde pequeños productores asociados en cooperativas que pueden tener dese 1 o 2 has hasta grandes productores.

La ubicación geográfica de los productores es diversa, estando concentrada principalmente en la Región del Maule, pero también con uvas procedentes del Limarí, Casablanca, Colchagua, Maipo y Leida, entre otros.

La principal característica que en los últimos años se ha incorporado en nuestros productores corresponde a la certificación de sus productos, ya sea en el ámbito de la Agricultura Orgánica o del Comercio Justo, ambos los dos pilares que sustentan el compromiso de Torres. En el gráfico que a continuación se presenta se puede apreciar cómo ha ido variando en el tiempo esta relación de compra entre uva 100% convencional o con alguno de estas dos certificaciones.



Como se puede apreciar, del total de 8.09 millones de kilos recibidos, 4.68, o sea el 58% corresponde a uva de Comercio Justo, o sea que son productores certificados a los cuales se les ha hecho una auditoría donde temas relevantes como los derechos humanos, salud y seguridad laboral, trabajo infantil, trabajo forzoso, discriminación de cualquier clase y las condiciones ambientales son auditadas una vez al año.

Además, 3.02 millones de kilos que corresponden al 37% han sido auditadas para certificar el carácter orgánico de los cultivos, solo quedando como convencional 1.07 millones de kilos que corresponden al 13% del total de kilos recepcionados.

Entre los proveedores de insumos y servicios, los más importantes por su volumen son:

- Cristalerías Chile S.A., ubicada en Santiago, Chile.
- Artica Impresores S.A., ubicados en Santiago, Chile.
- CollortypeLabels S.A., ubicada en Santiago, Chile.
- Acrus-CCL, ubicada en Santiago, Chile.
- Comercial e Industrial Kunstmann, ubicada en Valdivia, Chile.
- Pedro Torrens e Hijo Ltda, ubicada en Santiago, Chile.
- ACI Chile Corchos S.A., ubicada en Santiago, Chile.
- Vera y Gianinni impresores S.A., ubicada Santiago, Chile.
- Envases Roble Alto S.A., ubicada Santiago, Chile.
- Chilempack S.A., ubicada en Santiago, Chile.
- Guala Closures Iberica, S.A., ubicado en Barcelona, España
- Amcor Flexibles Santiago de Chile, ubicada en Santiago, Chile.
- Arquimed S.A., ubicada en Santiago, Chile.
- Vinotec, ubicada en Santiago, Chile.
- Micro Quality E.I.R.L, ubicada en Santiago, Chile.
- WinklerLtda, ubicada en Santiago, Chile.
- SDA Chile S.A., ubicado en Santiago, Chile.
- Dimerco Comercial Ltda., ubicada en Santiago, Chile.
- Nicolaides y Navarro Ltda., ubicada en Curicó, Chile.
- Indura S.A., ubicada Santiago, Chile.
- Blumos S.A., ubicada Santiago, Chile.
- Proveedores de Barricas francesas, en este ámbito existen cuatro empresas, Taransaud, Saury, Raudox y Viacard, las cuatro son de Francia pero con representación en Chile.

## Contratación del Personal

Del total del personal de la organización más del 90% corresponde a personas nativas de la Región del Maule, el 8.3% son personas chilenas, pero nacidas en otras regiones del país y el 1,7% restante corresponde a extranjeros.

En los cargos gerenciales, de tres uno corresponde a un extranjero, Español residente en Chile hace más de 20 años. Dependiendo del tipo de cargo a buscar, los procesos de selección del personal se pueden realizar de tres formas:

- Publicación directa en los medios de prensa local o nacional, recepcionando directamente los currículums y analizándolos por el departamento de Personas y Desarrollo.
- Publicación en Bolsas de Trabajo vía Internet.
- Búsqueda por empresas externas, según el tipo de perfil, es hacia donde se orienta la búsqueda, es decir, empresas de mandos medios o head hunters.

En cualquiera de estas alternativas, en el proceso de selección se realizará un filtro grueso de los CV según variables del perfil que se refieran a los requisitos para el cargo. Este filtro se basará en un criterio dicotómico, es decir, cumple o no cumple con las exigencias mínimas de postulación. Las variables que se consideran normalmente son las relacionados con experiencia, educación, formación y pretensiones de renta.

Para finalizar esta parte, se generará un listado con las personas que pasaran a la siguiente etapa que, dependiendo del cargo, incluirá una entrevista psicológica y entrevista con otras personas que tendrán directa relación con el cargo.

### **Consecuencia financiera a raíz del cambio climático**

Si bien no existen estudios completos respecto a las posibles consecuencias que el cambio climático pueda acarrear en el ámbito financiero, se han observado algunos impactos indirectos como lo son el comienzo de la búsqueda de terrenos más al sur, buscando condiciones climáticas más frescas en la que se puedan desarrollar de mejor forma algunas variedades específicas. Por otro lado, las temperaturas medias más altas han producido un incipiente aumento en el uso de energía para la refrigeración de las cubas, obligando a extremar los cuidados y la aplicación de otras medidas no invasivas para el cuidado de este recurso.

Por último nos gustaría mencionar que el clima y específicamente las precipitaciones se han visto afectadas presumiblemente por el cambio climático, siendo este el segundo año consecutivo con sequía y el 2013 se vislumbra igual de complejo. Esto ha hecho que el recurso agua se vaya transformando en un eje central del negocio, comenzando nuevos prospecto de obtención de agua y/o mejoramiento de los pozos existentes en cada uno de los predios.



**INDICADORES  
DEL DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS  
LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO**

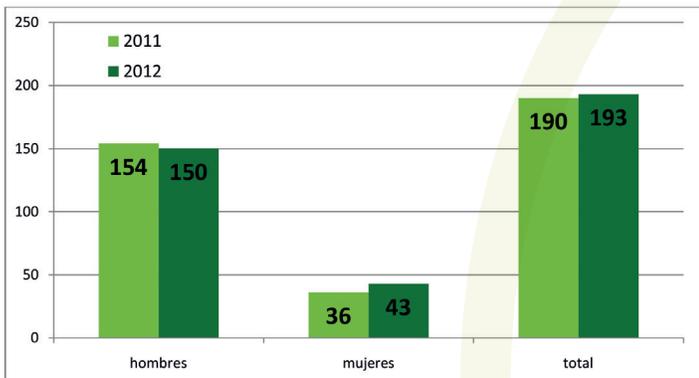
# Capítulo 3.

## Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo

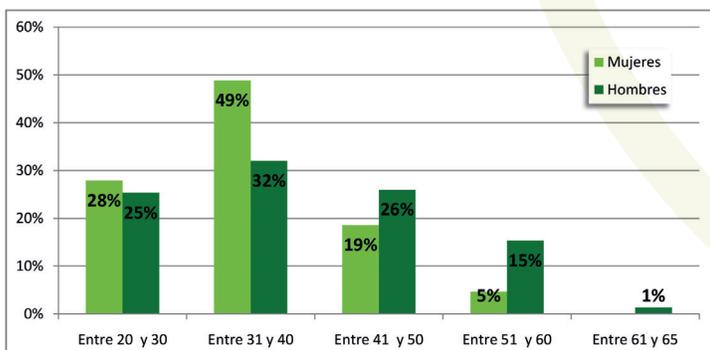
### Empleo.

Durante el periodo reportado a diciembre del 2012 el total de trabajadores de la viña fue de 193 personas, de las cuales el 23% son mujeres. Este valor se ha incrementado en un 20% en relación al 2011 pasando de 36 a 43 mujeres con contrato indefinido, lo que produce una pequeña disminución en la cantidad de hombres de 154 a 150 personas.

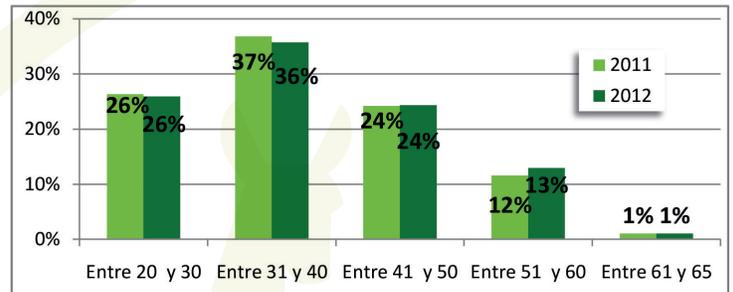
En la dirección de la compañía se mantiene 30% de la presencia femenina, siendo 4 de un total de 13 personas entre cargos gerenciales y de jefaturas.



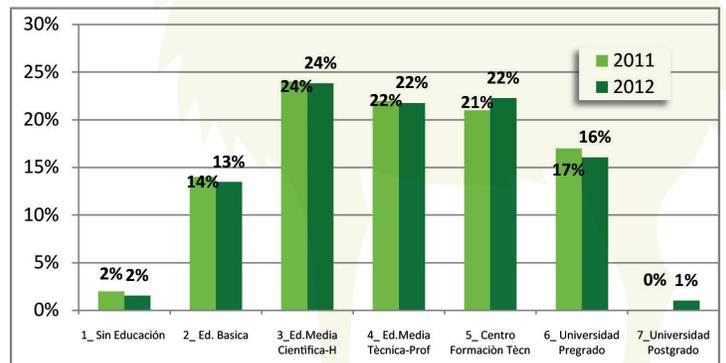
Este gráfico presenta el promedio total anual de trabajadores 2008, 2009 y 2010, incluye los trabajadores de planta y temporeros. La baja presentada en el 2010 se debe a que la vendimia 2010 fue mucho más baja que la de años anteriores, contratándose menos personal de temporada en las áreas agrícola y enológica que en total correspondió a 39 personas.



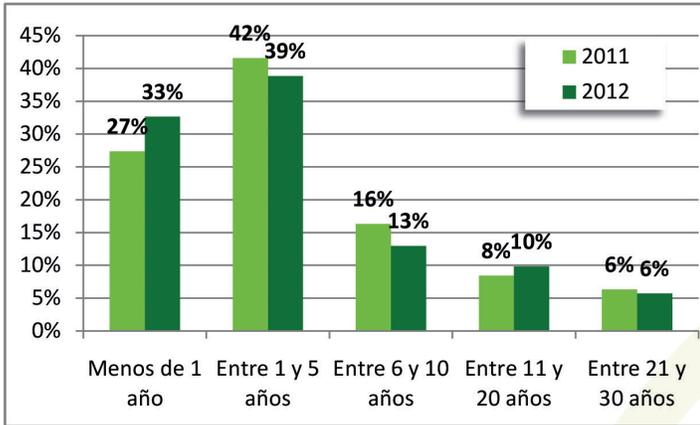
Al comparar estos valores con el año anterior podemos deducir que no existe diferencia significativa, por lo que no ha cambiado en relación al 2011.



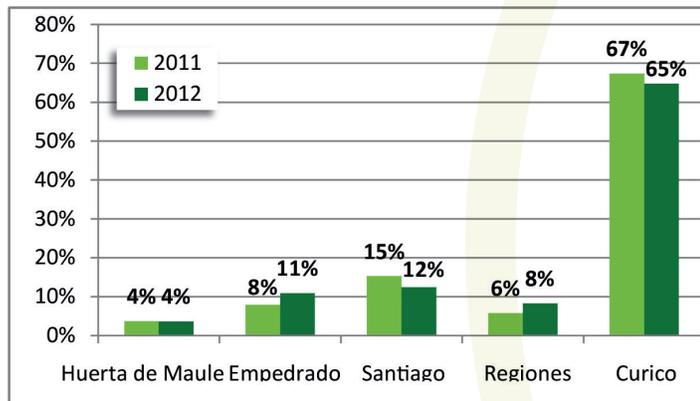
Otro importante desglose es en relación a la formación del personal perteneciente a la viña, como se puede apreciar en el gráfico que continúa, ese aspecto no ha sufrido grandes cambios en relación al 2011.



La misma disgregación la podemos hacer en relación a la antigüedad laboral, con el objeto de poder vislumbrar la tasa de permanencia del personal, donde el máximo de antigüedad está entre 1 y 5 años, disminuyendo ligeramente este rango entre el año 2011 y el 2012, en favor del rango inferior. Esto se puede deber a una mayor rotación en las personas recién ingresadas producto de alto nivel de empleabilidad que hay en la zona de Curicó lo que mueve a las personas una mayor búsqueda de alternativas laborales, en especial cuando no hay mucha antigüedad laboral.

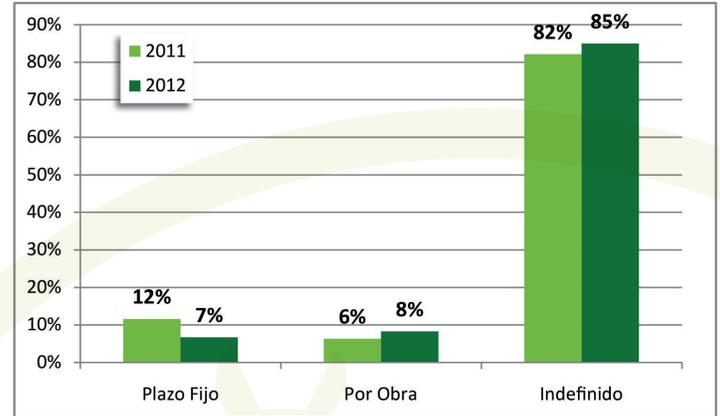


Geográficamente hablando, la distribución del personal está concentrada en el Curicó, lugar donde se encuentra nuestra planta productiva, dejando el resto de las ubicaciones para oficinas comerciales, ventas y campos.

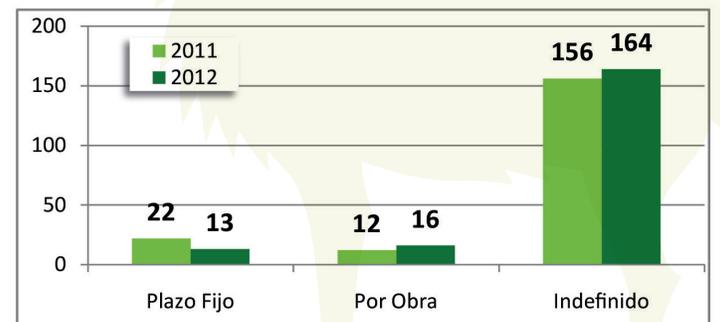


Según su contrato laboral, los trabajadores se pueden dividir en Contrato Indefinido, A Plazo Fijo y Por Obra. El primero corresponde a contratos de trabajo que no tienen un término predeterminado y que, mientras ambas partes estén de acuerdo, el contrato no pierde vigencia. El segundo tipo corresponde a contratos que están pactados por un plazo determinado, esto se usa en periodos altos de trabajo como por ejemplo, la Vendimia. El tercer caso, Contrato por Obra, corresponde a aquellos trabajadores que prestan servicio por un trabajo específico, caducando el contrato cuando este trabajo se termina.

Según estas definiciones, los trabajadores de la Viña se dividen de la siguiente forma.



Como se puede apreciar, el porcentaje de contratos a plazo fijo ha disminuido, aumentando el indefinido y por obra, esto se debe a la política de ir pasando a indefinido a los trabajadores temporales de manera de ir privilegiando la estabilidad laboral de los colaboradores. Esto en el marco de nuestros propios principios y de los requisitos que el Comercio Justo nos solicita. En el caso específico de la contratación por Obra, esta corresponde a tareas específicas en el área agrícola.



### Tasas de Retención Después de la Licencia Parental

Por Tasa de Retención después de la licencia parental entendemos el número de personas que, después de tomarse su licencia legal por el nacimiento de un hijo o hija vuelven al trabajo. En la actualidad en Chile la licencia parental se divide en dos etapas, las doce primeras semanas que se conoce como Postnatal y que son completamente obligatorias al 100% del tiempo para la madre y el Permiso Postnatal Parental que se extiende por doce semanas más, lo que dan un total de 24 semanas (6 meses).

El Permiso Postnatal Parental tiene la particularidad que se puede tomar en tres modalidades, permiso para la madre con el 100% de su tiempo en las mismas condiciones que el Postnatal convencional, permiso de 50% del tiempo (media jornada), con lo que el tiempo total de este permiso aumenta de 12 a 18 semanas y, transferencia del permiso al cónyuge con un tope de hasta 6 semanas.

En el caso de la viña, durante el periodo reportado se presentaron 4 Permiso Postnatal Parental femeninos y 1 Permiso Postnatal Parental del padre (jornada completa). De las mujeres 3 licencias fueron por jornada completa y 1 fue de media jornada. De los cinco casos presentados, el 100% retornó a sus labores después de concluidos los permisos legales.

### Beneficios Sociales

En el marco de responsabilidad social, Miguel Torres S.A. entrega a sus colaboradores una serie de beneficios y regalías que se podrían resumir en:

- Seguro de Vida.
- Seguro Salud más catastrófico y Seguro Dental para el trabajador y cada una de sus cargas.
- Fondo de Pensiones Voluntario.
- Pago de los 3 primeros días de licencia que la ley no cancela.
- Becas por hijos en edad escolar.
- Estímulo a las mejores calificaciones (hijos de trabajadores).
- Aguinaldo de Fiestas Patrias y Navidad.
- Descuento en productos empresa.
- Regalía de productos nuevos.
- Premio a las mejores IDEAS.
- Entrega de una colación diaria consistente en fruta, jugo y galletas.
- Entrega de una botella de vino mensual.
- Viaje Anual por área.
- Capacitación permanente.
- Fiesta de Navidad y regalos para los hijos menores de 12 años.
- Premio por Años de Servicio.
- Permisos sin descuento por temas de salud (trabajador y/o cargas).
- Bus de acercamiento en planta.
- Club deportivo con disposición de cancha.
- Pago de Movilización.
- Vales de colación a personal de Santiago.
- Bono Anual según cumplimiento de metas.
- Regalo por nacimiento, el que consiste en la entrega de un coche o su equivalente en dinero más una botella de Brut.

Todos estos beneficios son otorgados a partir del sexto mes de permanencia del colaborador en la organización.

Entre los aumentos de beneficios en relación al año anterior se cuentan:

El 2012 se generaron aumentos en los beneficios por los siguientes conceptos:

- Aumento de aguinaldo de septiembre 2011 fue de \$ 60.000.- en diciembre 2011 fue de \$89.827 en septiembre de 2012 fue de \$66.440 y en diciembre 2012 fue de \$99.619
  - Aumento de movilización proyectado para el 2013 de \$30.000 a \$33.000.
  - Aumento en la asignación por escolaridad de \$6.000 a \$25.000 por carga.
  - Colación, para el 2013 aumentará de una fruta diaria a un snack consistente en una fruta, jugo y galleta o similar.
  - Ración de productos, a contar de enero del 2013 se entregará una botella de vino mensual.
  - A contar del 2012 se regala una botella para el 1 de mayo por trabajador con contrato indefinido
  - A contar del 2013 el beneficio del viaje anual tendrá un costo de 1UF por persona vs 18.000 años anteriores
- Todos estos aumentos son fruto de acuerdos entre los delegados de los trabajadores y la empresa.

### Representación de los Trabajadores

Si bien dentro de la viña no existe un sindicato formalmente establecido, la organización, consciente de la importancia de sus trabajadores, ha generado un espacio de dialogo por medio del "Comité de Delegados de Empresa". Cada área elige democráticamente un delegado de empresa quién los representa en este comité y quien tiene una tiempo de duración en su cargo de dos años. La principal función de este delegado es subir a la gerencia las inquietudes de tipo laboral que el personal tiene. Además este delegado tiene la tarea de comunicar a sus representados todas las decisiones y acuerdos a los cuales este comité llegue, así como los cambios que pudiesen afectar a la organización. Este pre-aviso no se encuentra protocolarizado en el acuerdo laboral.

Este comité está formado por los delegados de las áreas de Administración, Comercial Santiago, Restaurante, Planta 1, Planta 2 y Agrícola, todos ellos elegidos por votación popular. Además lo integran el Gerente General y la Gerente de Personas y Desarrollo.

Fruto del trabajo de este comité, desde el año 2005 existe un Acuerdo Laboral suscrito entre la empresa y los Delegados de los trabajadores que cubre el 100% de los trabajadores de planta. En el caso de nuevos trabajadores indefinidos, éstos se integran al acuerdo una vez hayan pasado los 6 primeros meses de antigüedad.

No obstante lo anterior y en conformidad con la ley laboral vigente en Chile, la organización admite el libre derecho que tiene todo trabajador para asociarse y negociar colectivamente. Además, la dirección mantiene una política de puertas abiertas, en la cual cualquier persona puede acceder a conversar directamente con su Gerente de Área o el Gerente General si así lo desea.

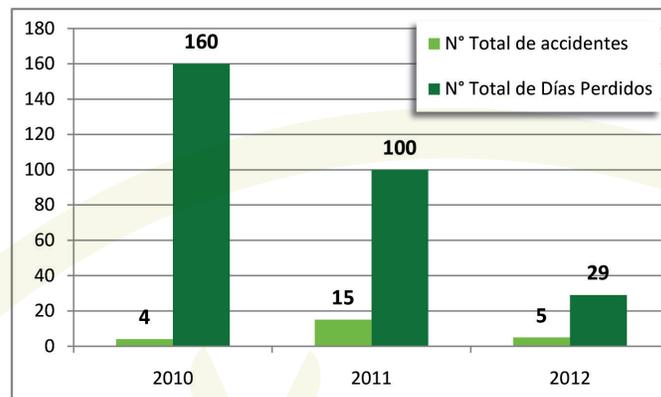
### Salud y Seguridad en el Trabajo.

En la actualidad, la organización cuenta con un departamento de prevención de riesgos laborales liderado por un Ingeniero en Prevención de Riesgos de tiempo completo, el cual está destinado a las labores de inspección, formulación de procedimientos de trabajo seguro, capacitaciones y en general todo lo necesario para disminuir al máximo la posibilidad de que ocurra un accidente. Además, cuenta con el apoyo del Comité Paritario de Higiene y Seguridad, el cual tiene por función el hacer estudios, inspecciones y proponer soluciones a los problemas detectados.

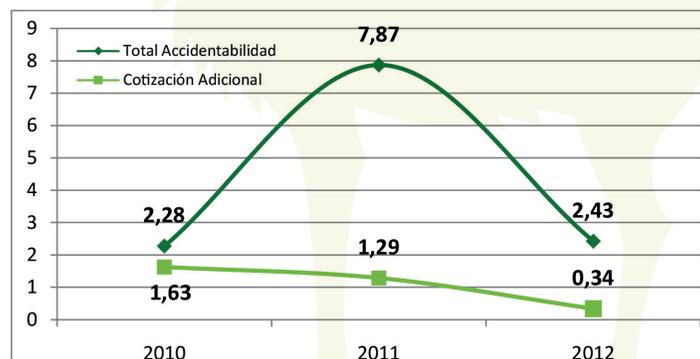
Este comité Paritario está formado por tres delegados democráticamente elegidos por los trabajadores y tres designados por la empresa y se reúnen como mínimo una vez al mes. Este comité representa al 100% de los trabajadores de la viña, sean eventuales o permanentes.

Otra función muy importante tanto del experto en prevención como del comité es la súper vigilancia de las empresas externas o subcontratistas que trabajan al interior de las instalaciones de la compañía, asegurando de que las condiciones de trabajo son las óptimas para evitar al máximo la posibilidad de accidentes, así como también el cumplimiento legal vigente.

En el siguiente gráfico mostramos la evolución en los tres últimos años tanto de los accidentes totales como de los días perdidos que se presentaron a raíz de estos accidentes. Como se puede apreciar, tanto el número de accidentes en el año como los días perdidos han experimentado una notoria baja. En el caso de los accidentes, el 2011 tuvimos un total de 15 accidentes con 100 días perdidos en total. Para el periodo reportado esas cifras bajaron a 5 accidentes y 29 días perdidos por esta razón.



A igual que el número de accidentes y días perdidos, la tasa de accidentabilidad también ha bajado en el último periodo. En el gráfico que se muestra a continuación se presenta tanto la accidentabilidad, que bajó de 7.87 como también la cotización adicional diferenciada que corresponde a la tasa adicional al base que toda empresa paga y que es función de la actividad que se desempeña y del riesgo que la empresa presenta. Cuando el riesgo baja, la cotización adicional diferenciada también baja, por lo que es un buen indicador en materia de prevención de riesgos y que es calculada por la mutualidad a la cual está adherida la empresa.



Respecto a la capacitación en prevención de riesgos y salud ocupacional, en los últimos años se ha prestado especial enfoque y, en conjunto con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), mutual a la cual está adherida la Viña, se ha desarrollado un completo plan de capacitaciones el cual está incluido en la gestión general de la compañía y en el programa anual de capacitaciones (ver capítulo Formación y Educación)

Por último, a este respecto debemos indicar que en la S.V. Miguel Torres S.A. no hemos tenido que lamentar accidentes con víctimas fatales.

### Formación y Educación.

Para asegurar un producto de calidad, realizado con respeto al medioambiente y a las personas es imprescindible que cada uno de los colaboradores de la organización conozca perfectamente su trabajo. Para que esto se cumpla la capacitación y la evaluación de habilidades es fundamental, con ello se puede conocer hasta donde puede entregar una persona y cuáles son sus posibilidades de asumir nuevos desafíos. Para lo anterior, la Viña tiene un procedimiento que tiene la doble función de evaluar las capacidades de cada uno de sus colaboradores y de detectar las brechas existentes, para con esta información de entrada el confeccionar un plan de capacitación que sea realista y que cubra las principales necesidades de la organización.

Este procedimiento incluye la "Entrevista de Desarrollo", documento que contiene, tanto la evaluación de habilidades blandas, como los requerimientos de capacitación a juicio del mismo colaborador y de su jefe directo alcanzando al 100% del universo de trabajadores. Esta entrevista fue revisada y mejorada durante el 2012 con la colaboración de psicólogos laborales y se desarrolla en los siguientes pasos:

- En el período de aplicación de Entrevista de desarrollo se recuerda a la jefatura qué habilidades se piden para cada cargo y así medir objetivamente.
- Cada jefatura debe indicar qué nivel de desarrollo necesita en cada habilidad para que la persona se pueda desempeñar de forma adecuada en su cargo.
- Una vez realizada y entregada la entrevista de desarrollo se obtiene la diferencia entre lo esperado y lo obtenido. El resultado es cero (0) es porque la persona se está desempeñando de forma adecuada en el cargo. Si el resultado es negativo (-1; -2; -3) entonces tenemos brechas y se debe realizar capacitación. Si el resultado es positivo (1; 2; 3) entonces estamos en presencia de habilidades.
- Por último, con los resultados se realiza el plan de capacitación para el año siguiente.

La última entrevista se realizó a finales del 2012, y en estos momentos se encuentra en etapa de finalización del programa de capacitación respectivo.

Durante el periodo a reportar la organización realizó un total de 4.25 hrs de capacitación por trabajador, valor que es inferior al periodo anterior que alcanzó 5.70 hrs. Esto se puede explicar por:

Los principales cursos desarrollados fueron:

- Introducción a Planes de Muestreo y Criterios Microbiológicos
- Taller cálculo de remuneracional aplicado a la legislación laboral vigente
- Habilidades para la implementación de FSSC: ISO 22000 y PAS 220
- Interpretación y análisis ISO 26000
- Curso de Inglés
- IFRS " estudio y análisis de las nuevas incorporaciones
- Curso Marketing estratégico
- Introductorio de Vinos-WineSpiritsEducation Trust
- Administración integral del Crédito y Cobranza
- Aspectos técnicos en la Operación y Mantencion de equipos de embotellación de Vinos
- Excelencia Operacional - (Curso de Actualización)
- Manejo de Conflicto
- Comunicación efectiva
- Diplomado Gestión Embotellado-Proveedor
- Curso de Cata Interno
- Seminario principales fondos de innovación en Chile
- Manejo de Auto Clave
- Actualización de conocimientos "Certificación Danfoss 2012"
- Uso y Manejo de Excel Intermedio
- Seminario de Fundamentos de Filtración

En el área de prevención se destacaron cursos de:

- Orden y Limpieza
- Seguridad en los puestos de trabajo
- Método conducta positiva, principios y valores como base en la mejora de hábitos.
- Análisis e investigación de los accidentes.
- Emergencia y evacuación. Qué hacer antes, durante y después
- Correcto uso de extintores
- Primeros auxilios
- Seguridad en el hogar



# INDICADORES DE DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS

# Capítulo 4.

## Indicadores de desempeño de derechos humanos

Los derechos humanos están presentes en el desarrollo de cada proyecto de la empresa, y gracias a la certificación FairForLife de Comercio Justo se han convertido en un pilar fundamental para toda la organización, incluyendo todas sus áreas y los proveedores de materia prima más críticos y participantes del proyecto de Comercio Justo de la compañía. Estos proveedores son auditados anualmente con la certificadora IMO.

### Política de Abastecimiento

La política de abastecimiento se debe dividir en tres puntos, abastecimiento de uva, insumos y servicios generales y contratistas, las cuales han sido tratado de distinta manera respecto de este tema.

#### i) Abastecimiento de Uva

Con el paso del tiempo, cada día se van sumando más proveedores de uva al proyecto de Comercio Justo, ya que a su vez, nosotros necesitamos mayor cantidad de uva para nuestra principal línea certificada FairForLife, la Línea Santa Digna, y para la volatilidad del mercado ya que este modelo le entrega al productor una mayor estabilidad de precios en el tiempo.

Es así como el año 2012 contamos con la grata presencia de las siguientes empresas

- **Agrícola Portales**, ubicada en el valle del Maipo, en la localidad de Isla de Maipo.
- **Agrícola Rucatalca**, ubicación en valle de Colchagua, en la localidad del Yaquil en Nancagua.
- **Asociación Red del Vino Sexta Región S.A.**, ubicación en valledel Colchagua, en la localidad de Santa Cruz.
- **Daniel Güell**, ubicada en el valle de Lontué, en la localidad de Sagrada Familia.
- **Agrícola Los Grillos Cantores Ltda.**, ubicada en el valle del Cachapoal, en la localidad de Requínoa.
- **José Agustín Eberos Ramos**, ubicada en el valledel Curicó, en la localidad de Sagrada Familia.
- **Oswaldo Sierra**, ubicada en valle de Colchagua, en la localidad de San Juan de la Sierra en Chimbarongo.
- **Viña Caupolicán S. A.**, ubicada en el valle de Lontué, en la localidad de Sagrada Familia.
- **Viñedos Esperanza de la Costa S.A.**, ubicada en el valle de Teno, en la localidad de Hualañé.
- **Viña Montt**, ubicada en el valle de Lontué, en la localidad de Lontué en Molina.
- **Agrícola Cerro Azul**, ubicada en el valle del Maule, en la localidad de Curepto.
- **Viñedos Crucesillas**, ubicada en el valle del Maule, en la

- **José Toribio Larraín**, ubicada en el valle de Casablanca, de la comuna de Casablanca.
- **Agrícola KFV**, ubicada en el valle de Casablanca, de la comuna de Casablanca.
- **Viñedos de Cauquenes**, ubicada en el valledel Maule, comuna de Cauquenes.
- **Agrícola Santa Rosa de Lavaderos**, ubicada en el valledel Maule, comuna de Maule
- **José Manuel Pozo**, ubicada en el valle del Maule, comuna de San Clemente.
- **Agrícola Casas de Bucalemu**, ubicada en el valle de San Antonio, comuna de Santo Domingo.
- **Juan Enrique Barriga**, Ubicada en el valle de Curicó, comuna de Curicó.
- **Luis Hernan Valenzuela**, ubicada en el valle del Itata, comuna de Quillón.
- **María Rafaela Pérez**, ubicada en el valle de Curicó, comuna de Curicó.

Todas estas empresas o agricultores se encuentran actualmente certificadas ya sea por IMO (Institute for Market Ecology www.imo.ch), o por FLO (Fairtrade Labeling Organization www.fairtrade.net). Por este motivo cada una de ellos ha pasado una auditoría en la cual se revisan documentalmente y, por medio de entrevistas, a los trabajadores todos los temas relacionados con las buenas prácticas laborales, derechos humanos, entre otros.

**Testimonio 3**

Desde la certificación de Red del Vino S.A., bajo las normas Comercio Justo, en especial como presidente de esta, hemos tenido que trabajar en pos de la mejor negociación de venta anual, que no sólo que beneficie a nuestros productores, si no también que demuestre a nuestros clientes que en realidad estamos enfocados en un trabajo serio y que aspira a ser de largo plazo. Si bien el

Comercio Justo está enfocado en dar mejores condiciones de negocio a los pequeños productores, este no escapa a las reglas del Mercado, en especial cuando los precios están al alza y son similares a los de la competencia, lo que hace más relevante aún el estar dispuesto a exigir, y también a ceder en cuanto a llegar a acercamientos y valores de negociación.

La empresa Miguel Torres S.A., que es una empresa de renombre nacional e internacional, ha demostrado un real interés en trabajar con los pequeños productores, de forma que nuestras producciones reciban un valor lo más acorde posible con los costos de producción, y con precios que permitan tener reales beneficios por cada kilogramo producido, haciendo más sustentable el seguir trabajando nuestros campos, y no tener que estar atados a los altos y bajos en los precios indiscriminados, que nos afectan regularmente y que no permiten tener una estabilidad razonable, y además, que permita dar tranquilidad a nuestras familias.

El aliciente de la Prima Social, FairforLife en caso de Miguel Torres S.A., FLO-Cert para Red del Vino S.A., en estos años de trabajo conjunto, ha ayudado a que nuestra empresa, paso a paso, se vaya consolidando aún más como empresa asociativa de pequeños productores, facilitando la adquisición de una pequeña propiedad, donde se ubicarán las dependencias en las que se realizarán las asambleas y reuniones de nuestra empresa, así como un lugar propio donde recibir a nuestros clientes de forma digna y que demuestre que somos una empresa seria y no un grupo al que no se toma en consideración. Además, estas instalaciones nos ayudarán a llevar a cabo nuevos proyectos que potencien más aún el negocio familiar de cada uno de nuestros socios y amigos. Todo esto decidido por mayoría absoluta en asamblea general de socios, en donde cada uno ha dado su parecer a la propuesta realizada en conjunto, entre la directiva de la empresa y los socios de la comisión para el uso de la Prima Social.

caso de necesidad de parte de cada socio, en forma de créditos blandos, de rápida gestión, los que han permitido sobrellevar desfases y urgencias de liquidez.

Sumando todo lo anterior vemos hacia el futuro que se podrán consolidar negocios de mediano y largo plazo, dando mayor estabilidad a los productores, a pesar del mal escenario que se anuncia para el corto plazo, por lo que ya vemos que será necesario redirigir los esfuerzos de la empresa de forma de apoyar socialmente aún más a estos, pero con ideas que sean sustentables y proporcionen una ayuda de largo aliento a cada una de las familias de nuestra empresa.

**Gerardo Orellana**  
**Presidente**

**Asociación Red del Vino Sexta Región S.A.,**

**ii) Abastecimiento de Insumos y servicios generales**

Este rango, el cual no considera directamente la certificación de Comercio Justo, se ha abordado por medio de la consulta directa de los proveedores de temas como:

- Cumplimiento con el marco legal laboral vigente en Chile
- Respeto a los derechos humanos de todas las persona
- No a la discriminación de cualquier tipo (sexo, edad, raza, religión, etc.)
- No al trabajo forzoso ni infantil en ninguna de sus formas.
- Mantener una buena relación trabajadores/empresa.
- No oponerse a la creación o mantenimiento de organizaciones sindicales
- Constante preocupación por la salud y seguridad en el trabajo
- Constante preocupación por la responsabilidad para con el medio ambiental.

De acuerdo a estos, cada empresa ha manifestado su punto de vista y conformidad con cada uno de los puntos señalados y las políticas y valores que la S.V. Miguel Torre S.A. tiene al respecto. Del total de empresas consultadas el 86% respondió satisfactoriamente y dentro de los plazos establecidos, terminando esta encuesta a principios del 2012.

Para el periodo 2013 se ha considerado incorporar preguntas tipo en el checklist de auditoría de los proveedores, que incluye las preguntas:

- ¿La empresa cuenta con un código de ética documentado y de público acceso?
- ¿Todos los trabajadores tienen contrato de trabajo vigente y sus cotizaciones están declaradas y pagadas?
- En la empresa no hay trabajo infantil (menor a 15 años) y en el caso de trabajo juvenil (15 y 18 años) están en el marco de prácticas profesionales con permiso de los padres.
- ¿En su empresa no hay casos de discriminación de ninguna clase? (sexo, edad, religión, etnia, orientación sexual o cualquier otro).
- ¿Existe un encargado o experto en prevención de riesgos?
- ¿Se han evaluado los riesgos laborales existentes y se lleva un índice de accidentabilidad?
- ¿Existe una comunicación fluida entre los trabajadores y la dirección de la empresa?
- ¿Su empresa ha tenido multas u observaciones por cuestiones laborales?

Esperamos de esta forma ir progresivamente instalando en nuestros proveedores una cultura de Responsabilidad Social y respeto a los derechos fundamentales de los trabajadores.

### iii) Empresas contratistas

Para asegurar que el trabajo de los contratistas sea de acuerdo a los principios y valores de la Viña y que cumpla con las leyes vigentes en Chile, antes de iniciar una faena el Experto en Prevención de Riesgos les solicita la siguiente documentación:

- Contrato de trabajo vigente de todos los trabajadores que intervienen en la obra.
- Copia firmada del Reglamento de Contratistas de la Viña.
- Nombre del responsable a cargo de la faena.
- Fecha estimada de inicio y término de la faena.
- Estudio de riesgos laborales de la faena y programa de prevención.
- Programa de capacitación.
- Registro de entrega de equipos de protección personal y sus certificados, etc.

Durante la ejecución de las tareas, la Viña supervisa el cumplimiento de los documentos por medio del experto en prevención de riesgos y por el Comité Paritario de Higiene y Seguridad Laboral.

### Discriminación

En nuestra Política de Responsabilidad Social y Comercio Justo declaramos específicamente nuestra oposición a cualquier tipo de discriminación, independiente del motivo que esta tenga. Esta política hace especial hincapié en los derechos de las mujeres y de cualquier minoría, sea esta por inclinación sexual, origen étnico, religioso u otros.

### Explotación Infantil y Trabajo Forzado

La empresa ha definido dentro de sus lineamientos la más irrestricta postura en contra del trabajo infantil, no contratándose menores de 18 años para ninguna labor, exceptuando los convenios que se llegue a suscribir con instituciones educacionales para colaborar con la formación de futuros profesionales mediante la asignación de prácticas, siempre dentro de las mallas curriculares y en horarios que no entorpezcan con su normal educación.

Al igual que el caso anterior, la organización no practica ni aprueba ningún tipo de trabajo forzado.

### Prácticas de seguridad

La organización ha externalizado la función de seguridad, manifestada en el control de ingresos y perímetros, exigiendo que el 100% de los guardias que prestan servicios para la compañía, tenga vigente el curso de Carabineros de Chile del departamento OS10 el que tiene carácter de obligatorio en Chile. Este curso incluye aspectos de Derechos Humanos en el desempeño de su labor.

Además, la alta dirección está atenta a cualquier denuncia o práctica que pudiese estar reñida con los derechos humanos.

### Evaluación de Riesgos y Solución de Conflictos respecto a los Derechos Humanos

Gracias a la certificación FairForLife el 100% de las operaciones de la S.V. Miguel Torres ha sido evaluada respecto a los temas de Derechos Humanos, en relación a sus proveedores de uva. Tomando en consideración el total de uva recepcionada, el 78% está sujeta a las mismas exigencias puesto que se encuentra certificada por el mismo organismo internacional.

Además, a fines del 2012 se terminó el Código de Ética Laboral de la S.V. Miguel Torres S.A. el cual incluye mecanismos de recepción de quejas internas relacionadas con temas de derechos humanos así como de gobierno corporativo y cohecho entre otros.

A la fecha del reporte no se ha registrado ningún incidente ni queja por discriminación ni otro relacionado con violación de los derechos humanos ni a los derechos indígenas.



# INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

# Capítulo 5.

## Indicadores de desempeño social

### Comunidad

El principal programa con la comunidad tanto interna como externa que la Viña ha desarrollado corresponden a uso de la Prima de Comercio Justo. Este proyecto comenzó a realizar sus tareas el 2011, terminando la mayoría de ellos durante el período reportado. Estos proyectos ya están incluidos en el reporte 2011, siendo los más emblemáticos en el ámbito externo:

- Escuela Rural G-5 Agustín Torres Valenzuela, Potrero Grande. En este proyecto se invirtió la cantidad de \$ 5,29 millones de pesos, en el cambio completo de la techumbre, instalación de pilares para las bajadas de aguas lluvias, cambio en el sistema de calefacción por estufas que generan menor nivel de contaminación y mayores prestaciones y un completo pintado exterior del establecimiento. Fin del Proyecto Marzo 2012
- Escuela Rural G-419 Mariano La Torre de Huerta de Maule. Entrega de material audiovisual y de tres bicicletas a niños destacados y de escasos recursos. Este proyecto tuvo un costo de \$ 0.81 millones de pesos. Fin del Proyecto Marzo 2012
- El tercer proyecto estuvo enfocado al desarrollo educacional de los hijos e hijas de los trabajadores de la Viña, apoyándolos en el ingreso a clases con útiles escolares e implementos. El costo de este proyecto fue de \$7,97.- millones. Fin del Proyecto Febrero 2012.

### Código de Conducta y Políticas de Ética Corporativa

A finales del período 2012 se terminó y aprobó el primer Código de Conducta y Políticas de Ética Corporativa de la Viña, este código incluye los siguientes temas:

- Valores corporativos
- Relación con el entorno
  - Cumplimiento con el marco legal regulatorio
  - Integridad comercial
  - Relación con las autoridades
  - Conflicto de interés
  - Participación política
  - Competencia
  - Manejo de la información
  - Compromiso con la comunidad
  - Publicidad y marketing
  - Proveedores
  - Prevención de delitos especiales
- Relación interna
- Cumplimiento del código

Antes de la entrada en vigencia de este código, el Comité de Ética analizó todas las situaciones potenciales de conflicto de interés que se pueden dar dentro de la organización así como con su entorno cercano, evaluando la pertinencia de cada una de ellas. Además, se analizaron las unidades de negocios con riesgo de corrupción.

Este código entrará en vigor a partir del 2013, periodo en el cual se realizarán las capacitaciones respectivas para difundir el código tanto dentro como fuera de la organización.

### Política anti Corrupción

Uno de los principios que siempre ha desarrollado la Viña es el trabajo honesto y transparente, tanto con nuestros competidores como con los estamentos gubernamentales que nos supervisan. Es por esto que rechaza categóricamente cualquier ilícito o forma de cohecho, lo anterior está contenido en el Código de Conducta y Políticas de Ética antes mencionado. Por otro lado, en la Política de responsabilidad Social de la Viña se expresa nuestro rechazo a toda práctica de abuso de poder. Se debe dejar el alcance de que la Viña nunca ha registrado incidentes de corrupción interna ni externamente.

### Política Pública

La S.V. Miguel Torres S.A. no ha participado ni participa en actividades de lobbying, ni ha realizado aportes financieros, ni de especies para financiar campañas políticas.

### Libre Competencia

La empresa no ha presentado acciones ni causas relacionadas con prácticas monopólicas o en contra de la libre competencia.

### Cumplimiento Normativo

En el período reportado la empresa no ha sido multada por incumplimiento normativo de ninguna naturaleza.



**INDICADORES  
DE DESEMPEÑO DE LA  
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS**

# Capítulo 6.

## Indicadores de desempeño de la responsabilidad sobre productos

### Salud y Seguridad del Cliente

Desde diciembre del año 2008 que la Viña está certificada bajo el estándar internacional ISO 9001 por la empresa BureauVeritas.

Este estándar tiene como alcance desde la recepción de la uva hasta el despacho de producto terminado, incluyendo la comercialización del vino, por lo que incluye el 100% de los productos elaborados por la organización. La solidez del sistema se muestra en los resultados de auditorías externas, en estos 5 años sólo se ha encontrado una "No Conformidad Menos", la cual estuvo orientada a problemas puntuales en la recolección y tabulación de la información relativa a reclamos del mercado nacional producto. Este problema fue superado gracias a la reestructuración del cargo de CustomerService.

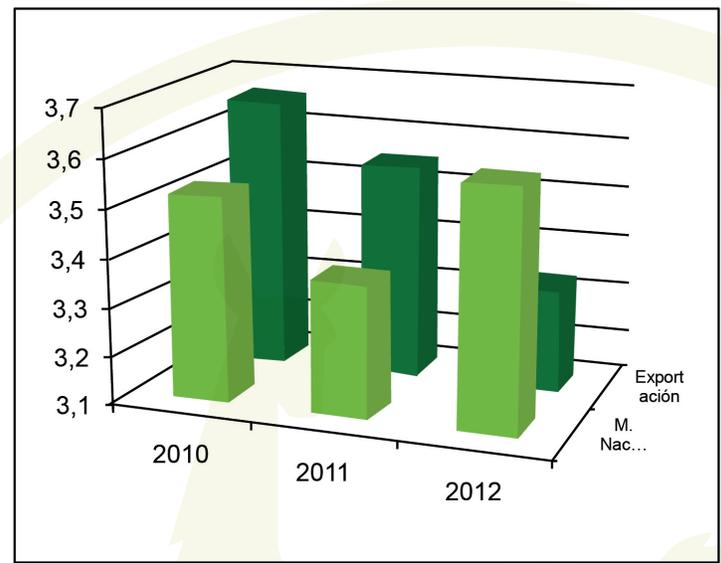
Durante el periodo reportado no se registran incumplimientos de las regulaciones legales relativos a impactos de los productos en la salud y seguridad del consumidor final, ni relativos a información y etiquetado, tampoco se registran multas al respecto.

### Satisfacción del Cliente

Dentro del sistema de Gestión de la Calidad, la Satisfacción del Cliente es medida anualmente por medio de una Encuesta de Satisfacción, la cual es enviada durante el mes de septiembre de cada año. En la presente temporada se quiso innovar para aumentar el número de participación utilizando para esto una encuesta On Line "Encuesta Fácil", sin embargo los resultados no fueron los esperados ya que el número de respuestas bajaron en relación a años anteriores.

Las preguntas también fueron re-estructuradas ya que habíamos percibido que no eran del todo claras para algunos clientes.

Esta encuesta se realizó separadamente entre los mercados de exportación y nacional para evitar interferencias producto de que en este último mercado existen muchos clientes más que en exportaciones. La encuesta estuvo compuesta por 9 preguntas que abarcaron temas de calidad del producto, calidad del servicio y atención comercial. La escala de evaluación comienza con el valor más bajo 1 y el máximo de puntuación es 4 para cada una de ellas.



Los resultados de esta encuesta fueron dispares entre los mercados, si bien el mercado interno experimentó un alza de 3.37 a 3.59 (6.5%), que está explicada principalmente por el alto valor alcanzado en calidad de producto, presentación y atención comercial. A continuación se muestra el detalle de los resultados de la encuesta.

### Mercado Nacional

Parámetro	Valor promedio
Calidad de nuestros vinos	3,9
Presentación de los productos	3,8
Calidad del material promocional	3,2
Cumplimiento en los requerimientos de los pedidos	3,6
Cumplimiento en los plazos de entrega	3,5
Tiempo de respuesta de los reclamos	3,5
Solución a los reclamos	3,5
Calidad del servicio de despacho	3,6
Calidad de comunicación y atención comercial	3,8
Promedio General Nacional, total de respuestas 245 de 920 (27%)	3,59

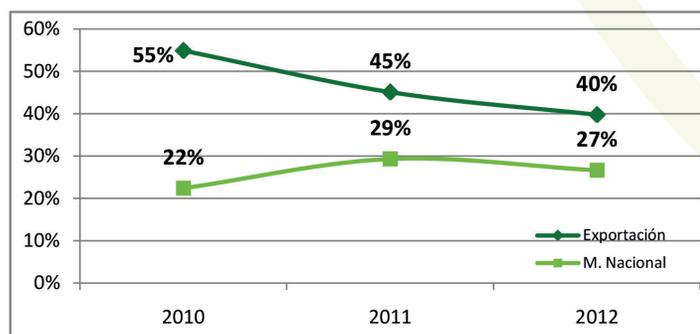
En el caso de exportaciones, se experimentó una baja desde 3.54 a 3.31 (-6.5%), lo que se puede explicar por el cumplimiento en los tiempos de entrega y la imagen de los productos. A este respecto se puede apreciar una leve diferencia entre la aceptación de la imagen dentro de Chile como en el extranjero.

### Exportaciones

Parámetro	Valor promedio
Calidad de nuestros vinos	3,5
Imagen de los productos	3,2
Calidad y efectividad material publicitario	3,3
Cumplimiento en tiempo de entrega FOB (25días)	3,0
Calidad de respuesta y rapidez a los requerimientos Equipo COMEX	3,4
Tiempo de respuesta de los reclamos (5 días hábiles)	3,2
Solución a los reclamos	3,4
Calidad de comunicación y atención comercial área manager	3,5
Promedio General Exportaciones, total de respuestas 31 de 78 (40%)	3,31

En todo caso hay que recalcar que las cifras globales entregadas son buenas ya que están dentro del cuarto superior de la escala de valor.

Para el 2013 este tipo de encuesta tendrá que ser re-evaluada para ver si es posible aumentar el nivel de respuesta, el cual no ha podido remontar en los últimos años.



### Comunicaciones y Relaciones Públicas

Durante el año 2012, en el Departamento de Comunicaciones y RR.PP Miguel Torres Chile hemos trabajado en la consolidación de nuestra estrecha relación con la prensa, especialmente medios de comunicación especializados en vino y gastronomía de Chile.

Nuestro departamento sostiene una directa comunicación con los principales medios de nuestro país, abarcando este año nuevas áreas del periodismo, tales como medios masivos y regionales. En las distintas ciudades de Chile, con presencia de nuestra área comercial, hemos apoyado sus actividades potenciando la publicación de éstas en diarios regionales.

Paralelamente, con las agencias de RRPP en algunos de nuestros mercados y el apoyo de nuestros distribuidores tenemos contacto con medios extranjeros, los que muchos de ellos ya han visitado nuestra Bodega, así es como recibimos al jurado internacional del concurso Catador W 2012. Este año hemos intensificado nuestra relación de trabajo comunicacional con Wines of Chile en el mundo, trabajando de manera directa con las agencias de esta asociación en los distintos países, embajadora de los vinos chilenos en el mundo.

Nos ocupamos de la generación, envío de comunicados de prensa y producción de eventos, siguiendo la estrategia de comunicación de la compañía. Iniciamos el año con la presentación de los resultados económicos de la empresa y la nominación de nuestro Santa Digna Estelado como el Mejor Espumante de Chile, BestSparklingWine por la Guía Descorchados y el concurso de vinos Annual Wines of Chile 2012.

Luego la difusión de la Fiesta de la Vendimia 2012, el lanzamiento en Chile de nuestro tequila Premium Rocado, nuestra unión comercial en Chile con BaronPhilippe de Rothschild y el traspaso generacional que ha vivido la Bodega este 2012. Además de continuar con el trabajo comunicacional respecto de nuestra certificación FairTrade y los proyectos de acción social que se han concretado, las novedades gastronómicas de los restaurantes Miguel Torres en Chile, etc. posicionando a la Bodega como pionera en el campo de la responsabilidad social y del respeto por el medioambiente, entre las bodegas familiares más prestigiosas de Chile, como una marca de vinos chilena auténtica, global y con personalidad propia.

Este año lanzamos nuestro primer pisco Premium, El Gobernador, lo que implicó una estrategia de introducción al mercado con el trabajo conjunto de Área Técnica, Comercial, Marketing, Comunicaciones y Exportaciones. Próximamente trabajamos en nuevos proyectos: Reserva de Pueblo, Días de Verano, Everwines. Mantenemos una relación directa con los concursos nacionales e internacionales, guías y publicaciones de la industria del vino, sumando nuestra participación a nuestros concursos de vino en el mundo. Asimismo, trabajamos en la generación de herramientas corporativas útiles para otras áreas de la empresa, con el fin de colaborar con la promoción y consolidación de la marca Miguel Torres Chile.

Hay que considerar que por política de empresa todas las comunicaciones y marketing de la Viña Miguel Torres cumplen fielmente con las leyes y regulaciones de cada país en los que están dirigidas, revisando a través de los importadores su cumplimiento. Además la Viña se adhiere voluntariamente a los contenidos del Código Chileno de Ética Publicitaria elaborado por el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR).

### **Presencia Online** **Nuevo Website Miguel Torres Chile**

Durante el 2012 hemos comenzado la renovación de Miguel Torres Chile en la red. Con el objetivo de ofrecer un sitio web más atractivo y dinámico, fácil de usar y cercano para nuestros consumidores, trabajamos en un nuevo diseño acorde a los nuevos tiempos. Un website elegante, limpio, con presencia online de nuevo material gráfico y un menú de navegación con diferentes secciones de interés para la educación vinícola de los consumidores de los vinos Miguel Torres.

Continuaremos con la actualización constante de nuestros contenidos en la red, entregando información para que los usuarios interactúen con la marca, mediante un hipertexto directo, representando los valores de la marca, haciendo especial énfasis en las acciones de responsabilidad social; FairTrade / Comercio Justo y preocupación medioambiental.

<http://www.migueltorreschile.com>  
<http://www.migueltorres.cl>

### **Redes Sociales**

Respondiendo a las tecnologías actuales, conscientes respecto del control de éstas y el beneficio que podrían tener para nuestra marca, comenzamos a trabajar las redes sociales disponibles; Facebook y Twitter. Mediante una estrategia de marketing digital iniciamos un plan de trabajo por marcas independientes con el fin de tener contacto directo con nuestros consumidores que navegan habitualmente en la red, entregando información, rápida respuesta a sus dudas y acciones concretas para la consolidación de marca.

### **Plataformas Móviles**

Este 2012 nos hemos adentrado en las plataformas móviles, participando en la aplicación que ofrece al consumidor la guía de vinos Descorchados del prestigioso crítico chileno Patricio Tapia. Esta plataforma permite al usuario conocer detalles técnicos de los vinos Miguel Torres -que han recibido puntajes en esta guía- además de atractivos videos con comentarios del crítico de vinos.

Además, con el fin de promocionar nuestros vinos, junto a la Ruta del Vino de Curicó, asociación que agrupa a las viñas ubicadas en la Valle de Curicó, desarrollamos una plataforma para móviles con sistema Android, una aplicación que permite a nuestros turistas acceder a información rápida respecto de los servicios turísticos y gastronómicos de nuestra Bodega.

### **Nuevo Video Corporativo**

Este 2012 hemos finalizado nuestro nuevo video corporativo. En aproximadamente 10 minutos y mediante una atractiva presentación, montada íntegramente en alta definición presentamos el origen de Miguel Torres en Chile, su trayectoria y actuales proyectos

### **Cumplimiento Normativo**

Miguel Torres Chile no ha tenido incidencias, reclamaciones ni multas por incumplimiento de normativas relacionadas al departamento de comunicaciones, marketing, con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de los clientes, con suministros ni con el uso de productos y servicios de la organización.

Con respecto a la información de los clientes, la S.V. Miguel Torres S.A. guarda toda reserva de los datos de cada uno de ellos independiente de la vía en que se obtengan, no traspasando la información a terceros ni utilizándola para otros fines que no sean los especificados en cada base de datos.



# INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

# Capítulo 7.

## Indicadores de desempeño MedioAmbiental

### Materiales

Los principales materiales utilizados por la viña son:

Materiales Productivos C	Consumo 2010 Und.	Consumo 2011 Und.	Consumo 2012 Und.
Botellas 5	.446.291 5	.471.893	<b>6.291.285</b>
Etiquetas 5	.122.077 6	.034,050	<b>6.650.030</b>
Contras	5.030.570	5.635.800	<b>6.249.713</b>
Cajas de Cartón	552.682	635.988	<b>862.499</b>
Corchos	2.851.454	2.183.510	<b>3.508.080</b>
Cápsulas 2	.700.034 3	.077.184	<b>3.015.260</b>
Tapas Rosca	2.693.450	3.747.470	<b>5.505.600</b>
<b>Estuches (madera y cartón) 6</b>	<b>7.181</b>	<b>61.078</b>	<b>106.546</b>

Durante el período reportado se ha seguido en la línea de búsqueda y utilización de materiales amigables con el medio ambiente:

- Botellas: botellas reducidas en peso en el 90% de las líneas.
- Cajas: cajas de cartón 100% reciclado en todas las líneas.
- Etiquetas: Las etiquetas también son de papel 100% reciclado post consumo.

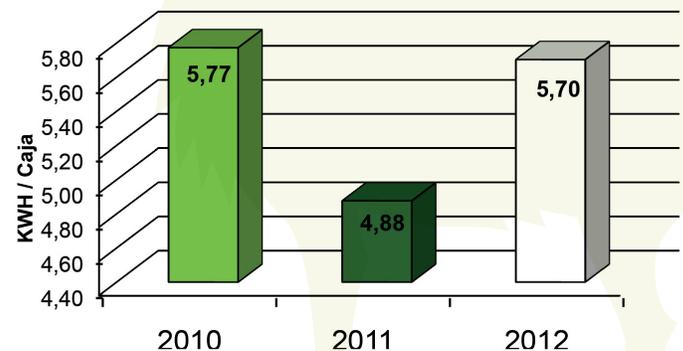
Todos los excedentes y mermas de estos productos son retirados por una empresa especialmente dedicada al reciclaje.

### Energía, Petróleo y Gas

Las principales fuentes de energía utilizadas por nuestra organización son energía eléctrica, gas, petróleo y biomasa.

**Energía Eléctrica:** Es suministrada por la empresa CGE Distribución, la cual está conectada al Sistema Interconectado Central.

El indicador utilizado para medir y gestionar este aspecto son los KWH por caja producida, incorporando el consumo general de la compañía. El siguiente gráfico muestra la disminución que se ha experimentado en los últimos tres años:



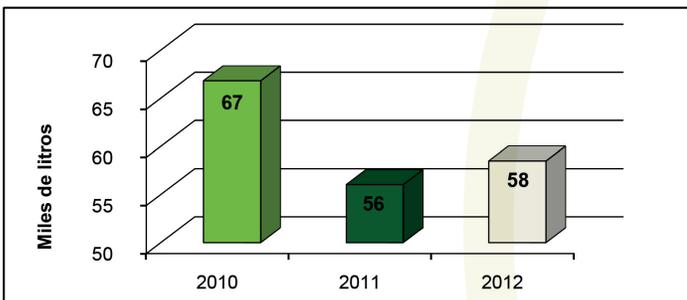
Como se puede apreciar, entre el 2011 y el 2012 existe una fuerte alza del consumo de energía la cual está explicada principalmente por el brusco aumento de uva procesada durante ese periodo, donde presentamos un aumento del 74% en los litros de vino procesado, pasando de 3.380.448 lts el 2011 a 5.886.926 lts en el 2012. (ver capítulo 2)

Este efecto se puede apreciar claramente cuando subdividimos el consumo total por área, donde el consumo en los dos últimos años permanece estable para el área productiva (embotellado y etiquetado), pero se muestra una fuerte alza en bodega (enología).

	Unidad	2010	2011	2012	2011 v/s 2012
Ventas en cajas	Cajas 9 lts.	382.748	437.201	428.425	▼ 2%
Consumo Bodega	Kw	1.211.520	1.071.360	1.394.324	▲ 30%
Consumo Producción	Kw	997.920	1.060.500	1.048.880	▼ 1%

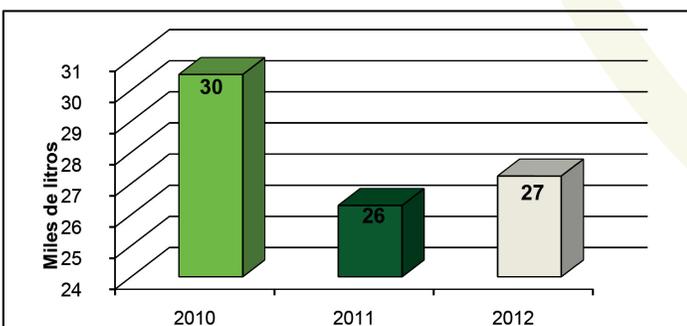
**Gas:** Este combustible es utilizado principalmente por las calderas que aún no han sido transformadas a biomasa y es provisto por la empresa Gasco S.A.

Después de la disminución inicial de gas producto de la entrada en funcionamiento de la caldera de biomasa el 2010, el 2011 y 2012 se ha mantenido relativamente estable, con un aumento del 3.5% que, al igual que la energía eléctrica, obedece a aumento en la producción de vinificación de este periodo.



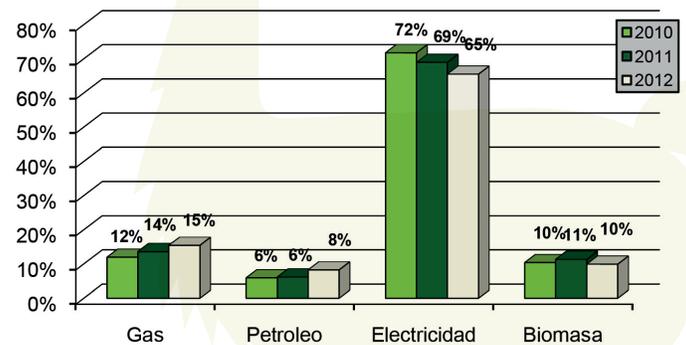
**Petróleo:** Este combustible es utilizado principalmente por los equipos de generación eléctrica autónoma y es provisto por la empresa COPEC.

El consumo de petróleo, al igual que el gas, se mantuvo parejo, experimentando una alza del 3.8% producto del aumento en el uso de generadores durante las horas en vendimia.



### Gastos Totales por Concepto de Energía

En el siguiente gráfico se muestra un panorama general de la proporción del gasto en energía desglosado en gas, petróleo, energía eléctrica y biomasa.



Si bien el gas y el petróleo han aumentado levemente, en el gráfico se muestra el comportamiento a la baja que ha experimentado el gasto por consumo de energía eléctrica en los últimos años, tomando como base el gasto total de energía. La Biomasa se mantiene con valores del 10%.

### Agua

La captación de aguas de la Viña Miguel Torres corresponde en un 100% a pozos profundos, teniendo dos complejos de captación, Bodega 1 y Bodega 2.

**Pozos Bodega 1:** Está compuesto por dos pozos profundos

Pozo B1.1: Pozo de 80 mt de profundidad con un caudal nominal de 60 Lt/seg y abastece el sistema de riego tecnificado por goteo de la Agrícola Santa Digna.

Pozo B1.2: Pozo de 40 mt de profundidad con caudal nominal de 25 Lt/seg y abastece las necesidades productivas de la planta de vinificación Bodega 1

**Pozo Bodega 2:** Pozo de 40 mt de profundidad con caudal nominal de 36 Lt/seg, este pozo abastece las necesidades de la planta de vinificación Bodega 2 y de la planta productiva (Embotellado y Etiquetado).

Ninguna de estas fuentes de captación ha sido afectada significativamente por el desarrollo de la actividad.

El 100% de las aguas residuales se descartan en una Planta de Tratamientos de Riles, servicio prestado por la empresa Aguas Nuevo Sur.

Por el momento no tenemos iniciativas tendientes a reutilizar o reciclar el agua residual.

Para gestionar el uso de agua y la generación de Riles se tomaron una serie de medidas blandas tendientes a disminuir los consumos y el material contaminante que se incorpora en las aguas residuales, entre las medidas adoptadas se encuentran el mejoramiento de procedimientos, la capacitación respecto a cómo influye cada trabajo en estos dos aspectos y cómo cada trabajador puede influir en el resultado general de la compañía, incluyendo conceptos como DBO, sólidos suspendidos; pH y otros. Además se realizaron 3 rondas diarias por la planta; mañana, medio día y tarde, con el fin de observar el buen uso del agua

### Huella de Agua

Durante el 2012 se comenzó por primera vez el cálculo de nuestra huella del agua la cual fue desarrollada en conjunto con la Huella de Carbono por la empresa Green Solutions Chile (<http://www.greensolutions.cl/>), y contempla la medición de este parámetro bajo el protocolo WaterFootprintAssessment Manual, cuyos resultados estarán a partir del periodo 2013.

### Biodiversidad

A partir de marzo del periodo reportado, el 100% de las viñas alcanzaron la categoría de Orgánico, lo que implica una agricultura más amigable con el medioambiente con el uso de productos agrícolas que permiten el establecimiento y desarrollo de biodiversidad, además, en zonas específicas como las terrazas del fundo Empedrado, se ha introducido especies nativas entre hileras, como la doca, para evitar la erosión de los terrenos.

### Emisiones, Vertidos y Residuos

Los residuos sólidos producto del proceso productivo como cajas de cartón, vidrios y plásticos son todos vendidos a empresas de reciclaje. Los recursos generados van a ayudar a costear beneficios para el personal como la fiesta de Navidad, en la cual se les entregan regalos a todos los hijos de los trabajadores menores de 12 años.

El siguiente cuadro presenta la evolución en los tres últimos años de la generación de residuos en kilos que han sido enviados a reciclaje.

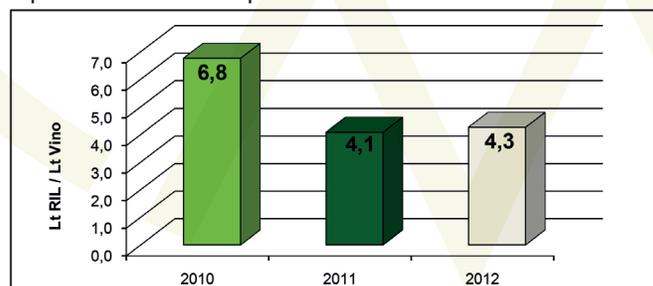
Producto	2010	2011	2012	2011 v/s 2012
Plástico	9.360	8.658	10.200	▲ 18%
Cartón	16.230	17.130	21.250	▲ 24%
Vidrio	268.944	59.765	54.470	▼ 9%

En el año 2012 tenemos un leve aumento en el reciclaje de plástico y de cartón pero una pequeña disminución en la cantidad de vidrio reciclado en un 9%. Las alzas en plástico y en cartón están explicadas por el aumento productivo de embotellado (13%, ver capítulo 2), ya que es directamente proporcional a la compra de insumos, especialmente botellas, tapones y cápsulas.

Sin embargo, la producción de vidrio de descarte que se despacha para reciclado tiene un fuerte componente de gestión, en la medida que se produzcan menos mermas productivas o roturas en el almacenamiento, se reducirán los kilos a reciclar. Es por este motivo que una disminución en este punto indica una mejora en la gestión productiva y de bodega.

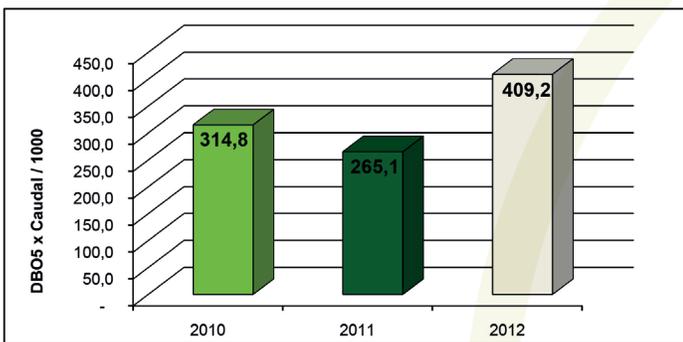
En relación a las aguas residuales producto de los procesos enológicos y productivos, todas son direccionadas hacia la planta de tratamiento Tutuquén de propiedad de Aguas Nuevo Sur, ubicada en el sector El Vaticano, rivera estero Huaiquillo, comuna de Curicó, bajo el marco regulatorio vigente en Chile. Más información acerca de la planta de tratamiento en: <http://www.nuevosur.cl/link.exe/Empresas/NuestraExperiencia/PlantasTratamiento/441>

En el siguiente gráfico se presenta el indicador Litros de RIL v/s Litros de Vino, el cual muestra una relación entre la cantidad de vino producido por la bodega durante el mes de mayor producción y el volumen total de ril vertido. Como se puede apreciar, el 2012 aumentó en un 4.8%, lo cual es un valor menor si consideramos el aumento en producción de vino que se experimentó esta temporada.



Estos resultados se deben al fuerte trabajo realizado mediante la aplicación de medidas de reducción blandas como lo son los cambios en procedimientos en el uso del agua.

Otro tema importante a mencionar es la carga contaminante que nuestros riles contienen, lo que se expresa en la DBO5, por lo que hemos confeccionado el indicador de carga total expresado en el caudal multiplicado por la DBO5 que se presenta en el siguiente gráfico.



Como se aprecia en el gráfico, el valor del indicador DBO5 x Caudal aumentó un 54% entre el año 2011 y el 2012, lo que nos indica que la carga total de contaminante vertida experimentó un considerable aumento, esto se explica por el aumento del 74% en el volumen de una procesada durante este año en relación al 2011, lo que generará, en conjunto con el bajo aumento en el caudal, un RIL más concentrado en contaminante producto del aumento en uva procesada durante esta temporada.

### Iniciativas Tendientes a Disminuir la Generación de Emisiones y Gestión Energética

A este respecto tenemos varias iniciativas que se pueden mencionar, las que podrían dividirse en tres grupos, medidas blandas, proyectos de I+D y medición de la huella de carbono.

#### 1.- Medidas Blandas

Durante el período reportado se tomaron varias medidas blandas tendientes a disminuir la generación de emisiones y específicamente a reducir los consumos energéticos, entre estas medidas se cuentan:

- Charlas de consumos e influencia por cada área incluyendo restaurante, en las cual se explicó la importancia de no malgastar la energía y el agua.
- Se generaron informes de consumos, ahorros y sus predicciones futuras, para crear conciencia en las personas respecto a la influencia de cada uno en su trabajo en el consumo de electricidad y otros combustibles.

- Controlar el buen uso de equipos eléctricos de alto consumo como calefactores, aires acondicionados y otros, en especial en horarios punta.
- Instalación de analizadores de electricidad, con esto se pudo controlar el consumo real de cada departamento y gestionarlo.
- Inspecciones diarias con el fin de observar el buen uso de la electricidad.

Los resultados de este trabajo se tradujeron en un consumo de electricidad de 5.24% menos que el 2011 teniendo en consideración que esta temporada 2012 aumentó considerablemente la cantidad de uva procesada.

#### 2.- Proyectos I+D

En estos momentos la viña tiene dos proyectos de I+D en carpeta con enfoque en la disminución de la generación de gases de efecto invernadero, el proyecto "Producción de Spirulina (*Arthrospiraplatensis*) para el mercado alimentario con captura de CO2 proveniente de la fermentación del Vino" y "Implementación de un Sistema de Poli generación Solar", el primero de ellos está en ejecución y el segundo ha sido presentado y está a la espera de ser aprobado por FIA.

##### a) Proyecto de Producción de Spirulina (*Arthrospiraplatensis*) para el mercado alimentario con captura de CO2 proveniente de la fermentación del Vino.

Este proyecto consiste en validar un modelo de producción de microalgas, particularmente Spirulina (*Arthrospiraplatensis*) con fines alimenticios utilizando el CO2 proveniente de la fermentación del vino como insumo productivo para incrementar la productividad del cultivo y abatir las emisiones carbono a la atmósfera.

Este modelo servirá como método para reducir la huella de carbono de las viñas y para asegurar un insumo clave en el cultivo de las microalgas, particularmente de Spirulina, que es un alimento funcional y tiene un mercado establecido.

Este proyecto cuenta con el co-financiamiento de FIA (Fundación para la Innovación Agraria), dependiente del Ministerio de Agricultura de Chile, la Viña, AeonBiogroupSpA y la empresa AquasolarMicroalgas Ltda., teniendo un costo total de MM\$314.- los cuales se distribuyen de la siguiente forma:

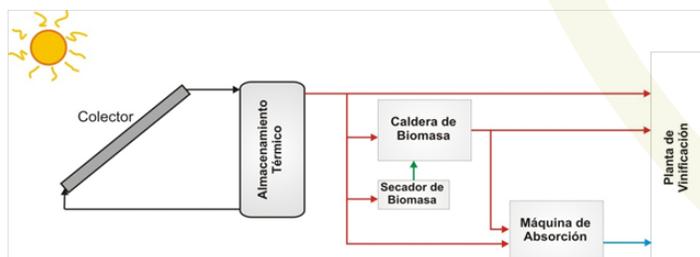
Estamento	% de participación
F.I.A.	45%
AeonBiogroupSpA	33%
S.V. Miguel Torres S.A.	17%
AquasolarMicroalgas Ltda.	6%

Este proyecto se encuentra actualmente en su etapa de ejecución, generando los pilotos de extracción de CO<sub>2</sub> de las cubas de fermentación durante la vinificación 2012 y esperando a la vinificación 2013 para realizar una extracción a nivel industrial.

#### **b) Proyecto de Implementación de un Sistema de Poli generación Solar.**

Este proyecto está enmarcado en los proyectos CORFO de Prototipos de Innovación Empresarial, los cuales buscan apoyar el desarrollo de proyectos de innovación empresarial de alto riesgo, en sus etapas tempranas de pruebas y prototipos, que agreguen valor a la empresa a través de un modelo de negocio de alto impacto y sustentable. Una vez concluido el proyecto, el prototipo quedará como demostrativo para otras empresas que deseen incorporar este tipo de energía.

El objetivo del proyecto es la implementación de un sistema de poli generación energética (frio y calor), a partir de la energía solar. El Sistema propuesto contempla colectores, secador de biomasa, caldera de biomasa, almacenamiento térmico, chiller de absorción, que entregarán un fluido en retorno de bodega a 5°C.



Este proyecto será ejecutado por DICT-UC y contará con la participación de la Universidad Diego Portales, la Universidad de Talca, la Viña Miguel Torres y el co-financiamiento de CORFO.

En estos momentos este proyecto se encuentra aprobado y su ejecución debiera comenzar durante el año 2013.

### **3.- Medición de Huella de Carbono**

El tercer proyecto desarrollado durante el presente periodo corresponde a la medición de la Huella de Carbono y Huella de Agua.

Este proyecto contó con el apoyo de la empresa Green Solutions Chile (<http://www.greensolutions.cl/>), y contempla la medición de la huella corporativa acorde a las guías de Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standards e ISO 14.064.

Como resultado preliminar, podemos decir que el Alcance 1 registró el 2.7% de las emisiones de GEI, El alcance 2 el 6.0% y el Alcance 3 el 91.3% del total.

Además se comenzó con la medición de la huella de carbono de producto acorde con el protocolo ISO 14.044 para los siguientes productos:

- Santa Digna Cabernet Sauvignon 2011
- Santa Digna Chardonnay 2012
- Cordillera Chardonnay 2012
- Manso de Velasco 2011

### **Residuos Peligrosos**

Los residuos peligrosos son almacenados en una bodega especialmente diseñada para tales efectos, con la debida separación de zonas productivas, control de derrames y con los niveles de seguridad apropiados, esta bodega cumple con los requisitos legales impuestos por la legislación chilena al respecto y es supervisada por el Seremi de Salud de la Región del Maule.

Periódicamente, una empresa especialmente destinada para estos efectos, retira todos los residuos peligrosos generados para ser reciclados, tratados y dispuestos de acuerdo a su peligrosidad.

Durante el periodo reportado los retiros de materiales peligrosos alcanzaron a:

Residuo	Un	Cantidad	
		2011	2012
Aceite usado	Lts/año	1430	1240
Pilas usadas y baterías	Kgs/año	39	76
Tubos fluorescentes y ampolletas	Kgs/año	11	37
Aserrín contaminado	Kgs/año	58	100
Filtros de aceite usados	Kgs/año	67	134
Envases de lubricantes	Kgs/año	13	268
Toner y desechos de computadores	Kgs/año	50	140
Huaipe contaminado	Kgs/año	29	114
Sacos vacíos de soda cáustica	Kgs/año	11	51

Todos los residuos son retirados por la empresa Ecoam, empresa autorizada por la Secretaría Ministerial de Salud del Maule para realizar transporte de sustancias peligrosas y con disposición final y certificado a nombre de la empresa Bravo Energy.

### Cumplimiento Normativo

La organización no ha sido multada por incumplimiento de regulaciones ambientales.

# INDICADORES GRI



INDICADORES INFORMATIVOS		
Indicador (Código)	Descripción	Página
<b>1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>		
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4 - 5
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades La organización informante debe elaborar dos apartados narrativos y concisos que describan los principales impactos, riesgos y oportunidades.	4 - 5
<b>2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
2.1	Nombre de la organización.	
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios La organización informante debe indicar el papel que desempeña en el proceso de abastecimiento de estos productos y/o servicios y en qué medida la organización recurre a la subcontratación.	
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (jointventures).	
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	
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.	
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	
2.8	Dimensión de la organización informante.	
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	
2.10	Premios recibidos en el período reportado	
<b>3. PARAMETROS DE LA MEMORIA</b>		
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año calendario).	
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	
<b>ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA</b>		
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinación de la materialidad</li> <li>• Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria</li> <li>• Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria</li> </ul> Debe incluirse una descripción sobre cómo ha aplicado la organización las "Orientaciones para la definición del contenido de la memoria", los principios asociados y el Protocolo técnico - Aplicación de los principios para la definición del contenido de la memoria.	

3.6	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores). Consulte el Protocolo sobre la Cobertura de la memoria de GRI, para más información.	
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. Si la cobertura y el alcance no tratan todos los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización, indique la estrategia y el calendario previsto para conseguir una cobertura completa.	
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (jointventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	
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.	
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 (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	
<b>INDICE DE CONTENIDO DEL GRI</b>		
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria. Identifica los números de página o enlaces web donde se puede encontrar la siguiente información.	51
<b>VERIFICACIÓN</b>		
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye en 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.	
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		<b>7</b>
<b>GOBIERNO</b>		
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.	8
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	8
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número y el sexo de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	
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).	
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	
4.7	Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad.	
4.8	Declaraciones 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.	
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.	

4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	
<b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	
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: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Esté presente en los órganos de gobierno</li> <li>• Participe en proyectos o comités</li> <li>• Proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios</li> <li>• Tenga consideraciones estratégicas</li> </ul>	
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	
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.	
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO</b>		
Indicador (Código)	Descripción	página
<b>INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>		
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.	22 - 23 - 25
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	24 - 27
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	25
<b>ASPECTO: PRESENCIA DE MERCADO</b>		
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	26
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	26
<b>ASPECTO: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS</b>		
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.	23
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	22

<b>INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>		
<b>ASPECTO: MATERIALES</b>		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	45
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	45
<b>ASPECTO: ENERGIA</b>		
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	45
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	45
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	48
EN6	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.	
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	46
<b>ASPECTO: AGUA</b>		
EN8	Captación total de agua por fuentes.	46
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	46
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	46
<b>ASPECTO: BIODIVERSIDAD</b>		
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	47
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.	
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	
EN15	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.	
<b>ASPECTO: EMISIONES, VERTIDOS, RESIDUOS</b>		
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	48
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	47
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	47
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	
EN24	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	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.	

<b>ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	48
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	
<b>ASPECTO CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	50
<b>ASPECTO: TRANSPORTE</b>		
EN29	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.	
<b>ASPECTO GENERAL</b>		
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	
<b>INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO</b>		
<b>Indicador (código)</b>	<b>Descripción</b>	<b>Página</b>
<b>ASPECTO: EMPLEO</b>		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	29
LA2	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	29
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	31
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	30
<b>ASPECTO: RELACIONES EMPRESA/ TRABAJADORES</b>		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	31
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	31
<b>ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>		
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	32
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	32
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 .	32 - 33
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	31
<b>ASPECTO: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b>		
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.	33
LA11	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.	33

LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.	33
<b>ASPECTO: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>		
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	29 - 31
<b>ASPECTO: IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE HOMBRES Y MUJERES</b>		
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	29
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS</b>		
<b>Indicador (código)</b>	<b>Descripción</b>	<b>Página</b>
<b>ASPECTO: PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b>		
HR1	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	35
HR2	Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	35
HR3	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.	
<b>ASPECTO: NO DISCRIMINACIÓN</b>		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	37
<b>ASPECTO: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>		
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	31
<b>ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL</b>		
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	37
<b>ASPECTO: TRABAJOS FORZADOS</b>		
HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	37
<b>ASPECTO: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD</b>		
HR8	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.	37
<b>ASPECTO: DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b>		
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	37
<b>ASPECTO: EVALUACIÓN</b>		
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	37
<b>ASPECTO: MEDIDAS CORRECTIVAS</b>		
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	37

INDICADORES DE DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS		
Indicador (código)	Descripción	Página
<b>ASPECTO: COMUNIDADES LOCALES</b>		
SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	39
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	39
SO10	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	
<b>ASPECTO: CORRUPCIÓN</b>		
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	39
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	39
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	39
<b>ASPECTO: POLÍTICA PÚBLICA</b>		
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	13 - 39
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	39
<b>ASPECTO: COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>		
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	39
<b>ASPECTO CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones .	39
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
Indicador (código)	Descripción	Página
<b>ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>		
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.	41
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento 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.	41
<b>ASPECTO: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
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.	
PR4	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 .	41
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	41

<b>ASPECTO: COMUNICACIONES Y MARKETING</b>		
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.	42
PR7	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 resultado de dichos incidentes.	42 - 43
<b>ASPECTO: PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>		
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes .	42 - 43
<b>ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
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.	43

## Encuesta de Retroalimentación

La mejora continua de este documento depende en gran medida de usted y de la colaboración que nos pueda prestar. A continuación le pedimos llenar la siguiente encuesta para poder transmitirnos su parecer respecto a este reporte y cómo podemos mejorarlo en las futuras ediciones.

### 1. ¿Qué relación tiene con Viña Miguel Torres?

- Es Ejecutivo o Director de Viña Miguel Torres
- Trabaja en Viña Miguel Torres
- Es cliente de la Viña Miguel Torres
- Pertenece a alguna autoridad legal
- Es Proveedor o Contratista
- Pertenece a una ONG
- Pertenece a los medios de comunicación
- Es un consumidor final
- Pertenece a la comunidad cercana a la Viña
- Pertenece a otro grupo de interés  
(Favor especificar) \_\_\_\_\_

2. Ordene las secciones de este documento según la relevancia que tienen para usted, donde 1 es la más relevante y 8 la menos relevante.

- Mensaje del Gerente General
- Perfil de la Compañía
- Indicadores de Desempeño Económico – Financiero
- Indicadores del Desempeño de Prácticas Laborales y Ética del Trabajo
- Indicadores del Desempeño de Derechos Humanos
- Indicadores del Desempeño de Sociedad
- Indicadores del Desempeño de la Responsabilidad sobre Productos
- Indicadores de Desempeño Medioambiental

### 3. ¿Encontró la información que buscaba?

- Sí  No

4. En relación a las siguientes características, ¿Qué le ha parecido este reporte de sostenibilidad?

### Extensión

(Cantidad de información presente y/o número de páginas)

- Muy Bueno  Bueno  Regular  Malo

### Utilidad

(Satisfacción de expectativas en cuanto al contenido presentado, en otras palabras ¿le es útil para su trabajo?)

- Muy Bueno  Bueno  Regular  Malo

### Presentación

(Diseño, fotografía, gráficos, formatos, tipografía, otros)

- Muy Bueno  Bueno  Regular  Malo

### Claridad

(información ordenada, entendible, lenguaje claro)

- Muy Bueno  Buen  Regular  Malo

### 5. Considerando el reporte íntegro, ¿Qué nota le pondría?

- 1  2  3  4  5  6  7

6. Le agradecemos enviarnos cualquier otra sugerencia u opinión sobre el presente reporte que nos ayude a mejorar nuestra versión 2013

---



---



---



---



---

Esta encuesta puede ser llenada, escaneada y enviada vía email al correo rconstandil@migueltorres.cl o bien en nuestra página web sección Responsabilidad Social. Agradecemos su colaboración



**MIGUEL TORRES**

Pioneer in Chile since 1979

*Chile*

Para cuestiones relativas a este Reporte usted  
puede dirigirse a:

Rodrigo Constandil Córdova  
rconstandil@migueltorres.cl

Para cuestiones relativas a Relaciones Públicas y  
Comunicaciones, usted puede dirigirse a:

Carolina Márquez Goycoolea  
cmarquez@migueltorres.cl

S.V. Miguel Torres S.A.  
Panamericana Sur Kilómetro 195  
Curicó - Chile  
Teléfono 56-75 2564100  
Soc. Vinícola Miguel Torres, S.A.  
Panamericana Sur, km 195 -CURICO-CHILE  
Tel. (56) (75) 564100 - Fax (56) (75) 564115  
mailadmin@migueltorres.cl  
www.migueltorreschile.com