

Hechos Relevantes

Al 31 de diciembre de 2011

a) Con fecha 28 de abril de 2011 se celebró en Santiago la Junta General Ordinaria de Accionistas de Empresas Cabo de Hornos S.A., sometiendo a la aprobación de la Junta, la distribución de la Pérdida del Ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2010, ascendente a (M\$1.205.303.-) aumentando la cuenta Pérdidas Acumuladas.

b) Con fecha 29 de junio de 2011, la Sociedad obtuvo del Banco de Chile un crédito bancario de largo plazo por US\$ 3.000.000. a un plazo de 4 años y una tasa de interés de 5,09% anual. Este préstamo fue otorgado para reorganizar los pasivos de corto plazo de la Sociedad.

c) Con fecha 2 de noviembre de 2011 se celebró en Santiago la Junta General Extraordinaria de Accionistas de Empresas Cabo de Hornos S.A., en la cual se acordó designar como auditores externos a la empresa PricewaterhouseCoopers Auditores, Consultores y Cía. Ltda.

Al 31 de diciembre de 2010

a) Con fecha 28 de abril de 2010 se celebró en Santiago la Junta General Ordinaria de Accionistas de Empresas Cabo de Hornos S.A., sometiendo a la aprobación de la Junta, la distribución de la Pérdida del Ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2009, ascendente a (M\$1.573.207.-) . de la siguiente forma:

Consumir totalmente el Fondo de Accionistas : (M\$330.319.-)

Consumir totalmente el Fondo de Eventualidades : (M\$57.255.-) .

Constituir Pérdidas acumuladas por : \$1.185.633.-

b) Comercialización Temporada Agrícola 2009/2010

La Sociedad desde el año 2006, después de haber vendido el Hotel Cabo de Hornos de la ciudad de Punta Arenas, que dio el nombre a la empresa, su principal negocio lo constituye la producción de uvas de mesa en los campos propios ubicados en la zona de Copiapó.

Los canales de comercialización de las uvas fueron definidos como en años anteriores con empresas receptoras en Estados Unidos, tales como la firma Oppenheimer Group, Unifrutti of América Inc., y Andes River Marketing, a quienes se les realizan ventas a libre consignación, cobrando para ello anticipos al momento de embarcar la fruta. Se comercializa con otras empresas chilenas realizando ventas en firme y no en libre consignación, para el abastecimiento de algunas cadenas del mercado del retail, obteniendo un 40% de venta por libre consignación y un 60% por ventas a firme; lo anterior es reflejo de la política de la empresa de abastecer a ambos tipos de negocio buscando siempre el mejor resultado.