

**Para mayor información:**

**Investor Relations:**

Victor Yañez (56-2) 2477-5342  
Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455  
VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

**Media**

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493  
Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamari

**VSPT WINE GROUP REPORTA LOS ESTADOS FINANCIEROS DEL SEGUNDO TRIMESTRE**  
**2015**<sup>1,2,3</sup>

**Santiago, Chile, 3 de Agosto del 2015** – VSPT Wine Group anunció hoy los estados financieros consolidados para el segundo trimestre terminado el 30 de Junio del 2015:

- **Los volúmenes consolidados** aumentaron 1,7% respecto al segundo trimestre del 2014. El segmento de Exportaciones contribuyó con un aumento de 9,1%, mientras mercado doméstico disminuyó 6,1%.
- **Los ingresos por ventas** aumentaron 5,4% debido a un aumento de 3,3% en los precios promedio en mercado doméstico y un aumento en el tipo de cambio USD/CLP (1 USD = 619 CLP) durante el trimestre, compensados por un menor precio en el segmento de exportaciones (en términos de USD) debido a la apreciación del dólar frente al euro.
- **El margen bruto** aumentó 3,5% debido a un aumento de 5,4% en los ingresos por ventas parcialmente compensados por un aumento de 6,9% en los costos de ventas.
- **El EBITDA** disminuyó 1,7%, debido a un aumento en los costos de ventas y gastos de marketing.
- **La utilidad neta** disminuyó 3,8% este trimestre, debido a un menor EBIT y mayor tasa de impuestos.
- **La utilidad por acción** disminuyó 3,8% debido a una menor utilidad neta.
- **Los ingresos por ventas acumulados** aumentaron 8,5% a CLP 87.357 millones, debido al aumento en volúmenes de 3,5% junto con un mayor tipo de cambio promedio CLP/USD. El EBITDA aumentó 4,9% a CLP 16.868 millones, y la utilidad neta aumentó 0,5% a CLP 10.258 millones.

Segundo Trimestre 2015			
Indicadores Principales	Q2'15	Q2'14	Var %
Volumenes (MIts)	34.980	34.399	1,7%
Ingresos por ventas (MMCLP)	46.541	44.154	5,4%
Margen bruto (MMCLP)	20.444	19.752	3,5%
EBIT (MMCLP)	7.101	7.334	-3,2%
EBITDA (MMCLP)	8.911	9.066	-1,7%
Utilidad neta (MMCLP)	5.610	5.830	-3,8%
Utilidad por acción (CLP)	0,14	0,15	-3,8%

Acumulado 2015			
Indicadores Principales	Q2'15	Q2'14	Var %
Volumenes (MIts)	64.557	62.398	3,5%
Ingresos por ventas (MMCLP)	87.357	80.525	8,5%
Margen bruto (MMCLP)	38.249	35.586	7,5%
EBIT (MMCLP)	13.176	12.662	4,1%
EBITDA (MMCLP)	16.868	16.087	4,9%
Utilidad neta (MMCLP)	10.258	10.207	0,5%
Utilidad por acción (CLP)	0,26	0,26	0,5%

1 Los indicadores consolidados del siguiente reporte están expresados en pesos chilenos nominales en concordancia con las reglas e instrucciones de la Superintendencia de Valores y Seguros ("SVS"), las cuales corresponden a la IFRS.

2 Para una explicación de los términos usados por favor refiérase al glosario. Los indicadores en tablas y gráficos han sido redondeados y pueden no sumar en exactitud en los totales.

3 Todas las referencias en este Press Release se refieren a indicadores del periodo Q2'15 en comparación a indicadores del periodo Q2'14, al menos que diga lo contrario.

Dirección Comercial: Avenida Vitacura 2670, Piso 18, Santiago, Chile

Código Postal 7550098

Bolsa de Comercio de Santiago: Viña San Pedro Tarapacá

[www.vsptwinegroup.com](http://www.vsptwinegroup.com)

Página 1 de 11



**Para mayor información:**

Investor Relations:

Victor Yañez (56-2) 2477-5342

Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455

VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

Media

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493

Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamarí

Comentarios del CEO

Estamos satisfechos con los resultados del grupo para el segundo trimestre 2015. Nuestro EBITDA decreció de MM\$ 9.066 millones a MM\$8.911 millones, pero manteniendo nuestro margen EBITDA por sobre el 19,0%. Nuestros volúmenes aumentaron 1,7% y las ventas crecieron 5,4%.

Estos resultados se explican principalmente por:

- Mayores ventas en el segmento de exportación, las cuales crecieron 9,6%, gracias a un mayor volumen y la devaluación del peso chileno frente al dólar americano, compensado parcialmente por una apreciación del peso chileno frente al euro.
- Eficiencias en la producción de vino y cadena de suministro.

Compensado parcialmente por:

- Mayores costos de venta, por mayor costo del vino de la vendimia 2014
- Menores ventas en el mercado doméstico chileno, las cuales decrecieron 3,0% debido a una competencia agresiva en la categoría de vinos masivos y mayores temperaturas promedio que afectaron la demanda. Los precios crecieron 3,3% como resultado de un mejor mix de venta e incrementos de precio en todas las categorías durante el trimestre. Los volúmenes cayeron 6,1% principalmente por la categoría masivos.
- Mayores gastos de marketing en todos los segmentos, como parte de nuestra estrategia de construcción de marca y solido portfolio.

Los gastos no operacionales decrecieron MM\$360 millones desde MM\$603 millones a MM\$243 millones, principalmente por diferencias de cambio, otras ganancias (pérdidas) y gastos financieros.

Los impuestos aumentaron MM\$347 millones, debido a mejores resultados antes de impuestos y al incremento del impuesto de primera categoría en Chile de 20,0% a 22,5%

La utilidad neta decreció 3,8% hasta MM\$5.610 millones principalmente por mayores impuestos y menor EBIT.

Durante el 2015, nuestra viña San Pedro celebra su 150° aniversario. Para hacer frente a esta importante fecha hemos lanzado diferentes planes de marketing a nuestros consumidores en Chile dándoles "150 razones para celebrar". En el segmento de exportaciones destacamos esta importante fecha con el lanzamiento de una edición especial de nuestro reconocido vino "1865", que honra la fundación de nuestra viña.

Continuamos con el desarrollo de nuestro plan para expandir nuestra planta en Molina, el cual contempla casi doblar la producción actual de la planta. Hemos trabajado de una forma disciplinada que no ha afectado nuestra producción y compromisos futuros. Como parte de nuestro compromiso con nuestros clientes esperamos seguir trabajando de la misma manera.



**Para mayor información:****Investor Relations:**

Victor Yañez (56-2) 2477-5342  
 Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455  
 VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

**Media**

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493  
 Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
 Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamari

**Ingresos por ventas**

**Q2'15** Aumentaron 5,4% a CLP 46.541 millones como resultado de un aumento de 9,1% en los volúmenes de exportación, combinado con un mayor tipo de cambio USD/CLP parcialmente compensado con la apreciación del peso chileno en relación al euro, y precios promedio 3,3% mayores en mercado doméstico.

**Acum 15** Aumentaron 8,5% a CLP 87.357 millones como resultado de un aumento de volúmenes de 9,7% en el segmento de exportaciones, junto con un aumento en el tipo de cambio USD/CLP parcialmente compensado por la apreciación del peso chileno en relación al euro, y precios 4,2% mayores en mercado doméstico.

Ventas por Segmento						
MMCLP	Q2'15	Q2'14	Var %	Acum'15	Acum'14	Var %
Doméstico Chile	15.597	16.085	-3,0%	28.766	28.613	0,5%
Exportaciones*	29.566	26.983	9,6%	56.556	50.090	12,9%
Otros**	1.379	1.085	27,0%	2.035	1.821	11,7%
<b>TOTAL</b>	<b>46.541</b>	<b>44.154</b>	<b>5,4%</b>	<b>87.357</b>	<b>80.525</b>	<b>8,5%</b>

Volúmenes por Segmento						
MLTS	Q2'15	Q2'14	Var %	Acum'15	Acum'14	Var %
Doméstico Chile	15.758	16.787	-6,1%	28.566	29.603	-3,5%
Exportaciones*	19.222	17.611	9,1%	35.991	32.794	9,7%

Precios por Segmento						
Segmento	Q2'15	Q2'14	Var %	Acum'15	Acum'14	Var %
Doméstico Chile (CLP/Lt)	990	958	3,3%	1.007	967	4,2%
Exports (CLP/Lt)	1.538	1.532	0,4%	1.571	1.527	2,9%

\* Incluye: Exportaciones Chile y Argentina

\*\* Incluye: Granel y otros ingresos

**Margen Bruto**

**Q2'15** Aumentó un 3,5% a CLP 20.444 millones como resultado de un aumento de 5,4% en los ingresos por ventas, parcialmente compensado por un aumento en los costos de ventas de 6,9%. Los costos de ventas, como porcentaje de los ingresos por ventas, aumentaron de 55,3% a 56,1%, debido al mayor costo del vino. En consecuencia, el margen bruto como porcentaje de los ingresos por ventas disminuyó de 44,7% a 43,9%.

**Acum 15** Aumentó 7,5% a CLP 38.249 millones como resultado de un aumento en los ingresos por ventas de 8,5% parcialmente compensado por mayores costos de ventas. El margen bruto, como porcentaje de los ingresos por ventas, disminuyó de 44,2% a 43,8%.



**Para mayor información:**

Investor Relations:

Victor Yañez (56-2) 2477-5342

Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455

VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

Media

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493

Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamarí

EBIT

Q2'15 El EBIT disminuyó 3,2% a CLP 7.101 millones. El margen EBIT disminuyó de 16,6% a 15,3%, principalmente explicado por un aumento de 6,9% en el costo de ventas y por un aumento de 8,6% en gastos, sobre todo por mayor gasto de marketing debido a la constante inversión en la construcción de marcas.

Acum 15 El EBIT aumentó 4,1% a CLP 13.176 millones y el margen EBIT disminuyó 15,7% a 15,1%. Los gastos, como porcentaje de los ingresos de ventas, aumentaron 28,8% a 29,2% como parte de nuestra estrategia en la construcción de marcas.

EBITDA

Q2'15 El EBITDA disminuyó 1,7% a CLP 8.911 millones y el margen EBITDA disminuyó de 20,5% a 19,1%.

Acum 15 El EBITDA aumentó 4,9% a CLP 16.868 millones y el margen EBITDA disminuyó de 20,0% a 19,3%.

RESULTADO NO OPERACIONAL

Q2'15 El resultado no operacional disminuyó en CLP 360 millones de CLP 603 millones a CLP 243 millones principalmente explicado por:

- Diferencias en el tipo de cambio y otras ganancias/(perdidas), que disminuyeron en CLP 310 explicado por diferencias cambio favorables en el periodo Q2'15 comparado con el periodo Q2'14.
- Los gastos financieros netos disminuyeron en CLP 49 millones de una pérdida de CLP 414 millones a CLP 365 millones, debido a una menor deuda.

Acum 15 El resultado no operacional disminuyó en CLP 450 millones de CLP 743 millones a CLP 293 millones, debido a diferencias de cambio favorables y menores gastos financieros netos.



**Para mayor información:**

Investor Relations:

Victor Yañez (56-2) 2477-5342

Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455

VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

Media

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493

Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamarí

IMPUESTOS A LAS GANCIAS

Q2'15 Los impuestos a las ganancias aumentaron en CLP 347 millones, debido a mayores utilidades antes de impuestos y el aumento de la tasa de impuesto de primera categoría en Chile de 20,0% a 22,5%.

Acum 15 Los impuestos a las ganancias aumentaron en CLP 914 millones, debido a mayores utilidades antes de impuestos y el aumento de la tasa de impuesto de primera categoría en Chile de 20,0% a 22,5%.

UTILIDAD ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA

Q2'15 La utilidad neta disminuyó 3,8% a CLP 5.610 millones principalmente por mayores impuestos a las ganancias y menor EBIT.

Acum 15 La utilidad neta aumentó 0,5% a CLP 10.258 millones principalmente por mejores resultados, parcialmente compensado por mayores impuestos a las ganancias.



**Para mayor información:**

Investor Relations:

Victor Yañez (56-2) 2477-5342

Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455

VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

Media

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493

Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamarí

## MERCADO DOMÉSTICO CHILENO

Los ingresos por ventas disminuyeron 3,0% a CLP 15.597 millones como consecuencia de un aumento de 3,3% en los precios promedio, debido a mejor mix, compensado con una caída de 6,1% en los volúmenes de venta.

**Comentarios:** El segmento operativo chileno aumentó 3.0% en cuanto a ingresos por ventas, principalmente explicado por la competencia agresiva en el segmento de masivos y mayores temperaturas promedio durante el trimestre, que afectaron las disposición del consumidor a elegir vino antes que otras bebidas alcohólicas. Asimismo, aumentaron los gastos de marketing, consistente con nuestra estrategia de largo plazo en construcción de marcas y portafolio sólido.

Siguiendo con nuestra estrategia de construir un portafolio sólido a través de productos de alta calidad e innovación, ponemos foco en el lanzamiento de "EPICA", parte de Viña San Pedro, en los primeros días de Abril. "EPICA" está enfocado en jóvenes aventureros que quieren disfrutar la vida al máximo, vivir el aquí y el ahora, y mantener las cosas simples y divertidas. "EPICA" fue lanzado exitosamente en Estados Unidos durante el 2012.

## EXPORTACIONES

Los ingresos por ventas aumentaron 9.6% a CLP 29,566 millones como resultado de un aumento en volúmenes de 9.1% y un mayor tipo de cambio promedio debido a la depreciación del peso chileno en relación al dólar americano, parcialmente compensado con menores precios en términos de dólares americanos. La caída en los precios es principalmente explicada por la apreciación del dólar americano en relación al euro.

**Comentarios:** El segmento de exportaciones aumentó 9.1% en volúmenes de ventas durante el trimestre. El aumento está explicado por una buena ejecución en mercados estratégicos clave, tales como Asia y América Latina. En el segmento de exportaciones continuamos con nuestra estrategia de construcción de marcas con distintas innovaciones alrededor del mundo, como ediciones especiales de nuestro vino "1865" de San Pedro, conmemorando los 150 años de Viña San Pedro.



**Para mayor información:**

Investor Relations:

Victor Yañez (56-2) 2477-5342

Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455

VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

Media

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493

Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamarí

Descripción VSPT WINE GROUP

VSPT Wine Group es el Segundo exportador de vino en Chile y es uno de los actores más importante de vino dentro del mercado chileno. El grupo se compone de las siguientes viñas: San Pedro, Tarapacá, Leyda, Santa Helena, Misiones de Rengo, Viña Mar de Casablanca, y Casa Rivas en Chile, y Finca La Celia y Bodega Tamaría en Argentina. VSPT es una empresa del grupo CCU, una de las compañías de bebestibles multicategoría mas grandes de Chile. Para mayor información visite [www.vsptwinegroup.com](http://www.vsptwinegroup.com)

INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los comentarios realizados en éste comunicado que estén relacionados con el futuro desempeño financiero de VSPT, involucran estimaciones y riesgos conocidos y desconocidos, por lo que tienen implícitos la incertidumbre de lo que efectivamente pueda llegar a suceder. Por lo mismo, el resultado real puede variar materialmente con respecto a lo mencionado en este comunicado de prensa. La empresa no tiene la responsabilidad de actualizar estos comentarios o estimaciones futuras. Los lectores deben ser cautos y no poner una sobredimensionada confianza en las estimaciones futuras aquí mencionadas. Estos comentarios deben ser considerados en conjunto con la información adicional sobre riesgos e incertidumbres, mencionados en la Memoria Anual enviada a la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), la que se encuentra disponible en nuestra página web.



**Para mayor información:**

Investor Relations:

Victor Yañez (56-2) 2477-5342  
Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455  
VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

Media

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493  
Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamari

## GLOSARIO

### Segmentos de Operación

Los segmentos de operación se definen con respecto a sus ingresos en las áreas geográficas de actividad comercial:

- Chile: Este segmento comercializa vinos en el mercado chileno.
- Exportaciones: Este segmento comercializa vino alrededor del mundo, llegando a más de 80 países
- Otros/Eliminaciones: Considera los gastos e ingresos corporativos y las eliminaciones de las transacciones realizadas entre segmentos

### Costo de venta

El Costo de venta incluye Costo Directo y Gastos de Fabricación.

### Deuda neta

La Deuda financiera total menos Efectivo y equivalentes de efectivo.

### Deuda neta / EBITDA

Cálculo basado en el EBITDA de los últimos doce meses.

### EBIT

EBIT de las siglas en inglés Earnings Before Interest and Taxes, y con propósitos de gestión se define como ganancias antes de otras ganancias (perdidas), gastos financieros neto, resultados de negocios conjuntos, utilidades/(pérdidas) por diferencias de tipo de cambio, resultados por unidades de reajuste e impuestos.

### EBITDA

Del inglés "Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization (utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización). Se utiliza para el cálculo del EBITDA, el EBIT o EBIT más depreciación y amortización. El cálculo del EBITDA no tiene como base las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF o IFRS). Cuando se analiza el desempeño operacional, los inversionistas deben considerarlo como una herramienta complementaria, y no alternativa, a la Utilidad del período. Los inversionistas también deben notar que el EBITDA presentado por VSPT no es necesariamente comparable con indicadores similares usados por otras empresas.

### Ítems Excepcionales (IE)

Anteriormente referido como Ítems no recurrentes (INR), los Ítems excepcionales son los ingresos o gastos que no se producen regularmente como parte de las actividades normales de la Compañía. Se presentan por separado debido a que son importantes para la comprensión del comportamiento sostenible de la Compañía debido a su tamaño o naturaleza.

### Margen bruto

Margen bruto corresponde a la diferencia entre el Ingreso y el Costo de venta, y corresponde al resultado antes de impuestos, gastos financieros netos, resultados por unidades de reajuste, resultados de negocios conjuntos y otras ganancias / (pérdidas) por diferencias de tipo de cambio.





**Para mayor información:**

Investor Relations:

Victor Yañez (56-2) 2477-5342

Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455

VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

Media

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493

Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamarí

**MSD&A**

MSD&A se refiere a la sigla en inglés para gastos de marketing, distribución y administración.

**Utilidad del período**

Utilidad del período atribuible a propietarios de la controladora según IFRS.

Dirección Comercial: Avenida Vitacura 2670, Piso 18, Santiago, Chile

Código Postal 7550098

Bolsa de Comercio de Santiago: Viña San Pedro Tarapacá

[www.vsptwinegroup.com](http://www.vsptwinegroup.com)

Página 9 de 11



**Para mayor información:****Investor Relations:**

Victor Yañez (56-2) 2477-5342  
 Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455  
 VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

**Media**

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493  
 Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
 Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamari

Cuadro 1: Estados financieros Segundo trimestre 2015

Estado de Resultados Q2'15			
M\$	2015	2014	Var %
Ingresos de explotación	46.541.097	44.153.524	5,4%
Costos de explotación	(26.096.840)	(24.401.380)	6,9%
<b>Margen explotación</b>	<b>20.444.257</b>	<b>19.752.144</b>	<b>3,5%</b>
Gastos Adm. Y Ventas	(13.574.678)	(12.495.133)	8,6%
Otros ingresos/(gastos) operacionales	231.422	76.588	202,2%
<b>Resultado operacional</b>	<b>7.101.001</b>	<b>7.333.599</b>	<b>-3,2%</b>
Gastos financieros netos	(365.231)	(414.437)	-11,9%
C. Monet./Dif. De Cambio	146.031	35.718	308,8%
Resultado por unidades de reajuste	(162.400)	(162.902)	-0,3%
Otras ganancias/(pérdidas)	138.303	(61.499)	-324,9%
<b>Utilidad (pérdida) antes de</b>	<b>6.857.704</b>	<b>6.730.479</b>	<b>1,9%</b>
Impuestos a las ganancias	(1.247.591)	(900.202)	38,6%
<b>Utilidad (pérdida) del período</b>	<b>5.610.113</b>	<b>5.830.277</b>	<b>-3,8%</b>
<b>Utilidad (pérdida) atribuible a:</b>			
<b>Propietarios de la controladora</b>	<b>5.610.113</b>	<b>5.829.911</b>	<b>-3,8%</b>
Utilidad por acción	0,14	0,15	-3,8%

Cuadro 2: Estado de resultados acumulado 2015

Estado de Resultados Acumulado 15			
M\$	2015	2014	Var %
Ingresos de explotación	87.356.787	80.524.935	8,5%
Costos de explotación	(49.108.177)	(44.939.154)	9,3%
<b>Margen explotación</b>	<b>38.248.610</b>	<b>35.585.781</b>	<b>7,5%</b>
Gastos Adm. Y Ventas	(25.535.143)	(23.215.135)	10,0%
Otros ingresos/(gastos) operacionales	463.016	291.439	58,9%
<b>Resultado operacional</b>	<b>13.176.483</b>	<b>12.662.085</b>	<b>4,1%</b>
Gastos financieros netos	(699.056)	(744.786)	-6,1%
C. Monet./Dif. De Cambio	437.665	600.743	-27,1%
Resultado por unidades de reajuste	(165.786)	(286.570)	-42,1%
Otras ganancias/(pérdidas)	134.626	(312.094)	-143,1%
<b>Utilidad (pérdida) antes de</b>	<b>12.883.932</b>	<b>11.919.378</b>	<b>8,1%</b>
Impuestos a las ganancias	(2.625.674)	(1.711.325)	53,4%
<b>Utilidad (pérdida) del período</b>	<b>10.258.258</b>	<b>10.208.053</b>	<b>0,5%</b>
<b>Utilidad (pérdida) atribuible a:</b>			
<b>Propietarios de la controladora</b>	<b>10.258.108</b>	<b>10.207.245</b>	<b>0,5%</b>
Utilidad por acción	0,26	0,26	0,5%



**Para mayor información:****Investor Relations:**

Victor Yañez (56-2) 2477-5342  
 Gabriel Guevara (56-2) 2477-5455  
 VSPTinvestor@vsptwinegroup.com

**Media**

Barbara Wolff (56-2) 2477 - 5493  
 Carolina Gotuzzo (56-2) 2477 - 5406

vspt.wine.group

Chile. San Pedro. Tarapacá. Leyda. Santa Helena. Misiones de Rengo.  
 Viñamar. Casa Rivas. Argentina. La Celia. Tamari

Cuadro 3: Balance

Activos			
M\$	Junio 30 2015	Diciembre 31 2014	Var%
<b>Activos corrientes</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	9.663.631	21.503.387	-55,1%
Otros activos corrientes	117.227.799	109.901.335	6,7%
<b>Total activos corrientes</b>	<b>126.891.430</b>	<b>131.404.722</b>	<b>-3,4%</b>
<b>Activos no corrientes</b>			
Propiedades, plantas y equipos (neto)	105.278.100	104.928.416	0,3%
Otros activos no corrientes	60.930.066	60.811.943	0,2%
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>166.208.166</b>	<b>165.740.359</b>	<b>0,3%</b>
<b>Total activos</b>	<b>293.099.596</b>	<b>297.145.081</b>	<b>-1,4%</b>

Pasivos			
M\$	Junio 30 2015	Diciembre 31 2014	Var%
<b>Pasivos corrientes</b>			
Otros pasivos financieros corrientes	4.480.965	13.738.857	-67,4%
Otros pasivos corrientes	48.102.281	50.788.988	-5,3%
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>52.583.246</b>	<b>64.527.845</b>	<b>-18,5%</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>			
Otros pasivos financieros no corrientes	23.893.006	18.211.949	31,2%
Otros pasivos no corrientes	17.541.474	16.424.257	6,8%
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>41.434.480</b>	<b>34.636.206</b>	<b>19,6%</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>94.017.726</b>	<b>99.164.051</b>	<b>-5,2%</b>

Patrimonio			
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>			
Capital emitido	123.808.521	123.808.521	0,0%
Otras reservas	24.938.954	25.103.273	-0,7%
Resultados acumulados	50.334.395	49.067.279	2,6%
<b>Subtotal patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>199.081.870</b>	<b>197.979.073</b>	<b>0,6%</b>
Participaciones no controladoras	-	1.957	-100,0%
<b>Total patrimonio</b>	<b>199.081.870</b>	<b>197.981.030</b>	<b>0,6%</b>
<b>Total pasivos y patrimonio</b>	<b>293.099.596</b>	<b>297.145.081</b>	<b>-1,4%</b>

Other financial information			
Deuda Financiera	28.373.971	31.950.806	-11,2%
Deuda Financiera Neta	18.710.340	10.447.419	79,1%
Liquidez	2,41	2,04	18,5%
Deuda Financiera/Capitalización	0,12	0,14	-10,2%
DFN/EBITDA	1,11	0,65	70,8%

