

Memoria Anual 2014

---

vspt.wine.group

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



## Identificación de la entidad

### Razón Social:

Viña San Pedro Tarapacá S.A.  
Nombres de Fantasía: VSPT, VSPT S.A., San Pedro S.A., San Pedro Wine Group, SPWG, Southern Sun Wine Group, SSWG, San Pedro Tarapacá S.A., Viña Tarapacá S.A., Viña Tarapacá Ex Zavala S.A. y Viña San Pedro S.A.  
RUT: 91.041.000-8  
Sociedad Anónima Abierta

### Constitución:

Viña San Pedro S.A. fue constituida por escritura pública de fecha 31 de agosto de 1943, ante el Notario de Santiago, don Pedro Avalos Ballivian, con el nombre de "Compañía Vinícola del Sur S.A.", cuyo extracto se inscribió a fojas 2036 N°1676 del año 1943, del Registro de Comercio de Santiago y se publicó en el Diario Oficial el 4 de octubre de 1943, edición N°19674. Su existencia fue autorizada por Decreto Supremo N°3404 del 30 de septiembre de 1943, que se inscribió a fojas 2038 vuelta N°1677 del Registro de Comercio de Santiago del año 1943. Posteriormente, por escritura pública del 30 de julio de 1962, ante el Notario de Santiago, don Gregorio Talesnik, suplente de don Pedro Avalos Ballivian, se cambió la razón social a "Wagner Stein y Cía. S.A.C.". En 1981, mediante escritura pública del 22 de diciembre, ante el Notario de Santiago, don Jorge Zañartu Squella, suplente de don Patricio Zaldívar Mackenna, se cambió la razón social a "Viña San Pedro S.A.". A través de escritura pública de fecha 25 de mayo de 2005, otorgada ante el Notario don Eduardo Avello Concha, se acuerda modificar la duración de la sociedad. Mediante escritura pública del 18 de julio de 2005, ante el Notario de Santiago, don René Benavente Cash, se acordó aumentar el número de directores y el quórum para sesionar del Directorio. Mediante escritura pública del 15 de noviembre de 2006, ante el Notario de Santiago, don René Benavente Cash, que contiene el acta de la 48ª Junta General Extraordinaria de Accionistas, celebrada el 31 de octubre de 2006, se acordó aumentar el capital social, cuyo extracto se inscribió a fojas 46.886 N°33.392 del año 2006 del Registro de Comercio de Santiago y se publicó en el Diario Oficial, edición N°38.618 de 20 de noviembre de 2006. Su última modificación consta en escritura pública de fecha 9 de diciembre de 2008, otorgada ante el Notario don Juan Ricardo San Martín Urrejola en que se cambió la razón social a "Viña San Pedro Tarapacá S.A." y se aumentó el capital de la sociedad, cuyo extracto publicado en el Diario Oficial de 19 de diciembre de 2008 e inscrito a fojas 58712 N°40705 del año 2008 del Registro de Comercio de Santiago.

### Giro:

La Sociedad tiene por objeto la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas; la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de toda clase de bebidas, sean éstas vinos, licores, cervezas, o de cualquier naturaleza, alcohólicas o analcohólicas y de las materias primas de las mismas; el aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden; la prestación de servicios relacionados con los mismos rubros; la representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y la comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general.

### Domicilio Legal:

Ciudad de Santiago, Comuna Las Condes

### INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE VALORES:

N°0393, del 15 de octubre de 1991

### CASA MATRIZ:

Av. Vitacura N°2670, piso 16  
Las Condes, Santiago  
Teléfono (56-2) 2477 53 00  
Fax (56-2) 2477 53 07  
www.vspt.cl

### Encargado de Relación con Inversionistas:

Victor Yáñez Jaramillo: vyanezj@vspt.cl  
Teléfono (56-2) 24775342



[vspt.wine.group](https://vspt.wine.group)



# Indice

7.....	Visión - Misión	—
8.....	Carta del Presidente	
13.....	Directorio	
14.....	Administración y Personal	
20.....	Historias que se unen	
22.....	Estructura y Funcionamiento	—
26.....	Actividades y Negocios	—
39.....	Principales Marcas Comercializadas Por Vspt	
39.....	Objetivos Estratégicos	
40.....	Factores de Riesgo y Planes de Inversión	—
44.....	Estructura Societaria	
45.....	Propiedad y Acciones	
48.....	Hechos Relevantes, Esenciales y Otros Antecedentes	—
52.....	Informe Sobre Subsidiarias y Asociadas	—
62.....	Hitos 2014	—
70.....	Informe de Sustentabilidad	—
74.....	Resumen Financiero	—
78.....	Declaración de Responsabilidad	





Celebrando  
la **Vida**  
Inspiramos  
**Experiencias.**



Ser un grupo  
vitivinícola **rentable**,  
de escala mundial,  
basado en la fuerza  
de nuestras **marcas**  
estratégicas y  
liderados por la  
gestión **innovadora**  
y **sustentable** de un  
equipo **humano** de  
excelencia.

Equipo VSPT /  
Gala del Vino, VSPT "Viña del Año" 2014.



## Carta del Presidente

---





DEL AÑO

Los ingresos totales del Grupo alcanzaron los MM\$ 172.349, cifra 13% mayor respecto al año anterior. Este crecimiento se explica principalmente gracias a un positivo cierre de año en el mercado doméstico chileno, y a un destacado desempeño en exportaciones apoyado parcialmente por el valor promedio del dólar que se mantuvo cercano a los \$570 durante todo el periodo, y al buen desempeño financiero de nuestra filial argentina, que cerró el 2014 sobre las expectativas.

## Carta del Presidente 2014

### Estimados accionistas,

En representación del Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. tengo el agrado de presentar a Ustedes la memoria anual junto a los estados financieros correspondientes al ejercicio 2014.

En términos globales, el 2014 fue un año positivo para el Grupo VSPT al obtener buenos resultados en nuestras distintas unidades de negocio. Como consecuencia, concluimos el período celebrando el haber sido elegidos "Viña del Año" por la Asociación de Vinos de Chile, reconocimiento que responde a nuestro buen desempeño y a importantes avances en diversas materias como lo son, la excelencia enológica, la construcción de marcas, un sólido compromiso organizacional y un manejo sustentable en nuestras operaciones.

Iniciamos el año con el debut del nuevo plan estratégico correspondiente al trienio 2014-2016, el cual nos entrega nuestra visión estratégica y guía para nuestra gestión y toma de decisiones para los próximos 3 años.

Analizando brevemente el entorno macro 2014, vemos en Chile que la entrada en vigencia de la Reforma Tributaria golpeó con fuerza a la industria. Los mayores impuestos se suman al decreciente consumo de vino per cápita a nivel nacional, lo que nos sitúa en un escenario complejo en nuestro país. A pesar de esto, fuimos capaces de aumentar nuestros volúmenes de venta junto a un fortalecimiento en el valor marcarío de nuestras principales líneas de producto.

Paralelamente, continuamos durante el 2014 enfrentando altos costos de energía y transporte, estos últimos sin embargo, comenzaron a declinar durante los dos últimos meses del año, debido a la baja en el precio del petróleo observado a nivel mundial.

En Argentina a su vez, seguimos enfrentados a un entorno muy difícil, con cambios regulatorios constantes que complejizan nuestra operación habitual. Pese a lo anterior, VSPT Argentina logra alcanzar sus metas financieras, algo que ya habíamos observado el último trimestre del 2013.

Dicho lo anterior, los ingresos totales del Grupo alcanzaron los MM\$ 172.349, cifra 13% mayor respecto al año anterior. Este crecimiento se explica principalmente gracias a un positivo cierre de año en el mercado doméstico chileno, y a un destacado desempeño en exportaciones apoyado

parcialmente por el valor promedio del dólar que se mantuvo cercano a los \$570 durante todo el período, y al buen desempeño financiero de nuestra filial argentina, que cerró el 2014 sobre las expectativas.

El EBITDA fue de MM\$ 31.896, un 58% mayor que en 2013 y la utilidad del ejercicio alcanzó los MM\$ 19.310, un 112% superior al año anterior, lo que va en línea con los buenos resultados operacionales descritos anteriormente.

Luego de este breve análisis general, daremos ahora una mirada más específica por cada unidad de negocio,

### En Chile,

- Logramos mantenernos como número uno en valor de ventas según Nielsen, con una participación de mercado de 27,2% en 2014, 1,3 puntos más que en 2013.
- En volúmenes de venta crecimos un 2%, con un 28,8% de participación de mercado según Nielsen.
- En el segmento de botella fina, crecimos un 7% en volumen, manteniendo por cuarto año consecutivo el liderazgo en esta categoría. Pasamos de un 27,5% en 2013 a un 28,3% de participación de mercado en 2014.
- A su vez en la categoría masivos, aumentamos nuestra participación de mercado, alcanzando un 27,5% de participación en volumen, 1,4 puntos más, en un contexto donde la categoría tiende a decrecer desde 2013.
- En la categoría espumante, continúa el crecimiento con Viñamar como un actor relevante en el segmento Premium, cuya oferta se amplió este año con una nueva innovación lanzada recientemente al mercado: Brut Unique.
- Nos sentimos además muy contentos con los resultados obtenidos en los estudios de Primera Preferencia realizados por Adimark, donde VSPT registra que varias de sus marcas son las más saludables y valoradas por los consumidores.
- En este contexto, Misiones de Rengo, una de las viñas líderes del mercado, mostró un desempeño histórico en Primera Preferencia, creciendo un 27% respecto al 2013.

### En exportaciones,

Aumentamos los volúmenes totales de venta en un 4%, obteniendo resultados alineados a nuestra estrategia de negocio, al crecer a través de todas las marcas declaradas como estratégicas.

Al analizar las ventas por región, vemos una recuperación en mercados donde el 2013 habíamos sufrido una fuerte contracción, como Brasil, Colombia y Venezuela.

- Es así como destaca **Brasil** con un crecimiento de un 20% en volumen y un 21% en valor, principalmente gracias a la profundización del negocio con nuestros importadores y a la recuperación del mercado.
- En **Hispanoamérica**, tuvimos un positivo cierre de año debido principalmente a los resultados obtenidos en Colombia y Venezuela. Los contextos macroeconómicos de ambos mercados sin embargo, no permiten asegurar que éstos sean sostenibles para el año siguiente.
- En **Asia**, VSPT aumenta sus volúmenes de venta en un 33%, creciendo de forma importante en Japón. En China por su parte, perdimos nuestra posición de liderazgo debido a la decisión estratégica del Grupo de renunciar a negocios spot de bajo precio, con el objetivo de alinear la estrategia de negocio a las principales marcas de la compañía.
- El 2014 no fue un buen año en general para **Europa**. La creciente y sólida competencia junto al inestable contexto macroeconómico, continúa desafiando el negocio, lo que no ha permitido crecer de acuerdo nuestras metas. Pese a lo anterior, gracias a una adaptación en la estrategia de precio y a un importante apoyo de marketing, logramos crecer con marcas estratégicas como lo son: Gran Reserva de Viña Tarapacá, 1865 y Castillo de Molina de Viña San Pedro.
- En **Norteamérica**, considerando Estados Unidos y Canadá, tuvimos un año positivo creciendo a través de nuestras principales marcas. En volumen éstas crecen un 6% y un 8% en valor. GatoNegro, nuestra principal marca en Estados Unidos, crece un 2% en un contexto de industria que mostró una leve caída para Chile.

## En VSPT Argentina,

Como fue mencionado anteriormente, logramos alcanzar nuestros indicadores financieros a pesar de menores resultados en el plano comercial, impulsados básicamente por 4 cambios claves:

- VSPT Argentina continúa gestionando su venta doméstica de manera exclusiva a través de CICSA.
- En sus exportaciones, renuncia a negocios tácticos de menor rentabilidad.
- Se fusiona el área comercial, administrativa y enológica con casa matriz, con el objetivo de lograr mayores sinergias.
- Y por último, continuamos trabajando bajo un fuerte control de costos y gastos.

En el **ámbito agrícola-enológico**, VSPT celebra la adquisición de "El Huique" un predio de 319 hectáreas plantadas ubicado en el corazón del Valle de Colchagua, a 10 kms de Santa Cruz. Su excelente ubicación y condiciones agroclimáticas, son ideales para la producción de vinos varietales de cepas tintas.

En cuanto a la temporada de vendimia 2014, ésta se distinguió por ser más breve, con rendimientos bastante más bajos respecto al año anterior, pero con uvas de muy buena calidad. Las heladas primaverales golpearon fuertemente algunas variedades como Chardonnay, Merlot, Cabernet Sauvignon y Carménère, lo que se vio reflejado en una disminución de 24% en los volúmenes cosechados en Chile. Esto significó pasar de 54 millones de kilos en 2013 a 42,5 millones en 2014, considerando Chile y Argentina.

En cuanto a los **reconocimientos enológicos** del periodo 2014, podemos destacar que éste fue nuevamente un muy buen año para nuestros vinos.

A nivel internacional, obtuvimos 26 menciones destacadas en medios claves como Wine Spectator, Wine Advocate, Wine Enthusiast y Decanter.

- En la Categoría Grandes Vinos de San Pedro, Cabo de Hornos, destacó con 92 Puntos y un Editor's Choice en Wine Enthusiast.
- La línea 1865 de Viña San Pedro destacó con nueve menciones, entre ellas: 1865 Single Vineyard Cabernet Sauvignon 2011 ingresó en los TOP 100 TOP Values del 2014, con 91 Puntos y un Smart Buy en Wine Spectator.

Además un Regional Trophy para Limited Edition Syrah 2010, en los Decanter World Wine Awards 2014.

- GatoNegro la marca más internacional de Viña San Pedro, obtuvo un Best Value en Wine Spectator con el Sauvignon Blanc cosecha 2013.
- En tanto Viña Leyda, una de las viñas más premiadas del Grupo, continuó fortaleciendo su reputación internacional con vinos Premium de clima frío costero, obteniendo destacadas menciones en medios clave, entre ellas cabe destacar: Leyda Classic Sauvignon Blanc 2013, elegido entre los TOP 100 Best Buys 2014 de Wine Enthusiast. En la línea Single Vineyard, obtuvo un Top Value en Wine Spectator con Fallaris Hill Chardonnay 2012.
- Viña Santa Helena, vuelve a destacar este año junto a su original vino de parras centenarias del Valle de Colchagua, con 92 puntos en Wine Advocate para Parras Viejas Cabernet Sauvignon 2011.
- En Argentina, gracias al origen emblema de la cepa Malbec, obtuvimos importantes menciones en medios claves, entre ellos, Elite Malbec 2011 obtuvo 91 puntos tanto en Wine Enthusiast como en Wine Advocate. A su vez Heritage Malbec 2011 obtuvo sobresalientes 92 puntos en Wine Advocate. En tanto, Epica Malbec, lanzado en el mes de Junio al mercado norteamericano, obtuvo un Best Buy en Wine Enthusiast.
- Cabe destacar además las 42 menciones sobre 90 puntos, alcanzados por nuestros vinos de Chile y Argentina en la Guía Descorchados 2015, lanzada en el mes de noviembre por el reconocido crítico chileno, Patricio Tapia.

En el **ámbito operacional**, dimos inicio a fines de noviembre a un inédito proyecto de ampliación operacional, el cual contempla casi duplicar la capacidad productiva actual de la Planta Molina, junto a un nivel de infraestructura y tecnología que nos posicionarán como líderes de la industria. Este proyecto nos permitirá aumentar progresivamente nuestros volúmenes de producción, mejorando tanto nuestra eficiencia como nuestros estándares de calidad. Esta importante inversión -la mayor que se ha hecho desde la construcción de esta misma planta 15 años atrás-, refuerza además el compromiso con nuestros orígenes, tal como fuera en Isla de Maipo hace algunos años.

En el ámbito de los **Recursos Humanos**, implementamos un novedoso programa llamado SER VSPT, el cual tiene como objetivo difundir, desarrollar y fortalecer en nuestra gente los cuatro valores esenciales que esperamos todo colaborador entregue en sus labores diarias: Trabajo de Excelencia, Pasión por el Vino, Compromiso Organizacional y Sustentabilidad. Durante el año se realizaron numerosos cursos, acciones y eventos destinados a impulsar y fortalecer estos valores entre nuestros colaboradores.

Finalmente, en materia de **Sustentabilidad**, ámbito con el cual mantenemos un fuerte compromiso, tuvimos el orgullo de recibir a comienzos de 2014, dos reconocimientos históricos para el Grupo: fuimos elegidos **Compañía Ética del Año**, además de un destacado segundo lugar como **Compañía Verde del Año**. Lo anterior en los **Green Awards 2014**, concurso de carácter internacional organizado cada año por la prestigiosa Revista inglesa the Drinks Business.

En resumen, el año 2014 fue sin duda un año de importantes logros y reconocimientos, acompañados por sólidos resultados financieros. Tenemos por delante nuevos e importantes desafíos, la cancha no estará más fácil y la competencia seguirá siendo fuerte en un mundo de constantes cambios que exigen una gestión ágil y de excelencia.

Seguiremos construyendo este grupo vitivinícola de manera rentable, basado en la fuerza de nuestras marcas estratégicas, y liderados por la gestión innovadora de un sólido equipo humano.

Para finalizar quisiera agradecer a los accionistas la confianza depositada en VSPT, y a nuestros colaboradores por el compromiso y el entusiasmo puesto durante el año, para alcanzar los objetivos planteados.

Este 2015 tendremos sin duda nuevas razones para celebrar, esta vez junto a la Viña más antigua de VSPT, San Pedro, la cual celebra 150 años de historias y experiencias. Salud por la trayectoria y el buen vino.



**Pablo Granifó Lavín**  
Presidente  
Rut: 6.972.382-9





## Directorio

### Presidente:

**Pablo Granifo Lavín**  
Rut: 6.972.382-9  
Ingeniero Comercial  
Fecha de Nombramiento: 10 de abril de 2013

### Vicepresidente:

**René Araneda Largo**  
Rut: 5.849.993-5  
Ingeniero Comercial  
Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

### Directores:

**Carlos Mackenna Iñiguez**  
Rut: 4.523.336-7  
Ingeniero Civil  
Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

**Felipe Joannon Vergara**  
Rut: 6.558.360-7  
Ingeniero Comercial  
Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

**Patricio Jottar Nasrallah**  
Rut: 7.005.063-3  
Ingeniero Comercial  
Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

**Jorge Luis Ramos Santos**  
Rut: 48.147.062-5  
Contador Auditor y Licenciado  
en Administración de Empresas  
Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

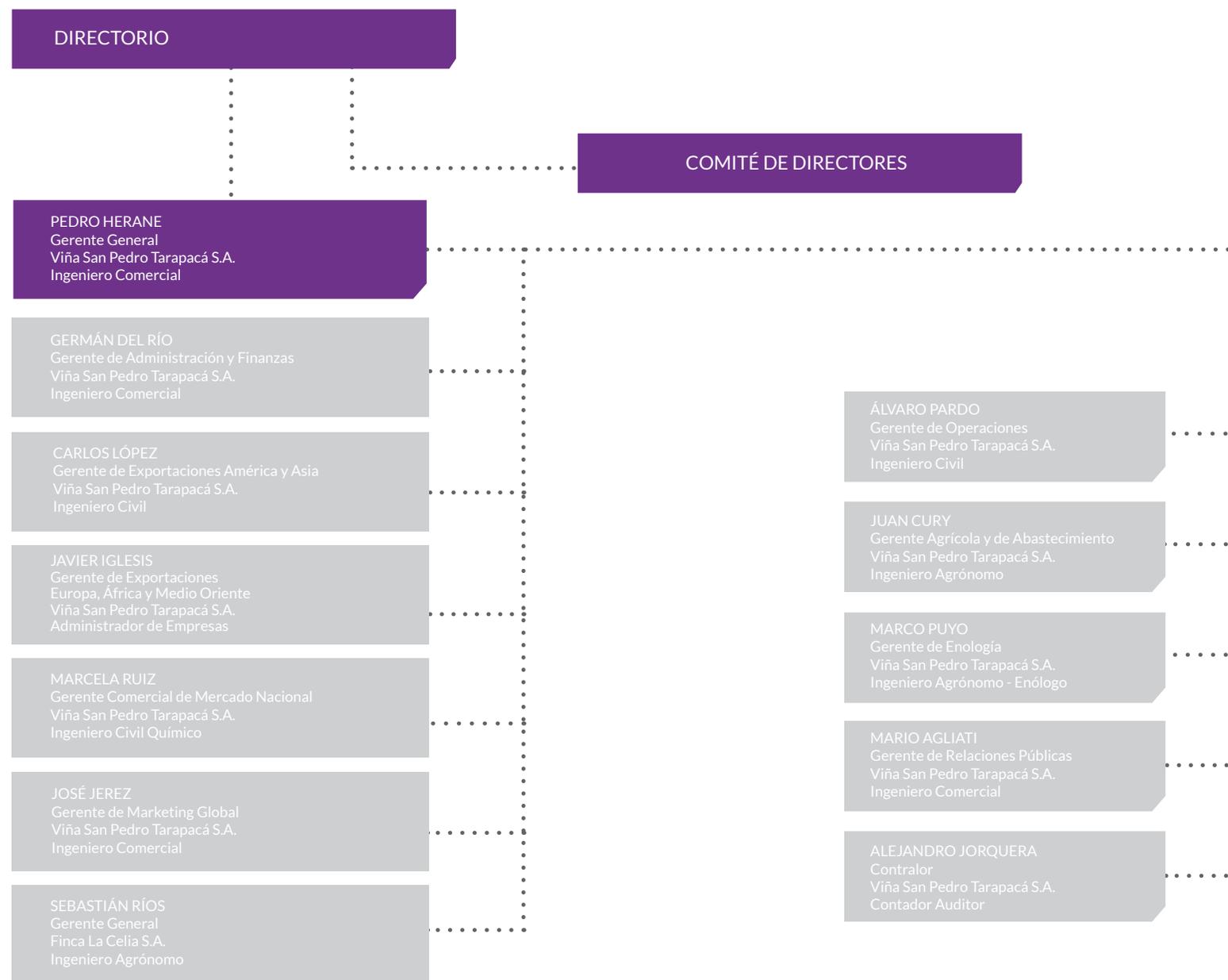
**Philippe Pasquet**  
Rut: 48.090.105-3  
Factor de Comercio  
Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

**Gustavo Romero Zapata**  
Rut: 5.546.329-8  
Economista  
Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

**José Luis Vender Bresciani**  
Rut: 5.024.651-5  
Ingeniero Comercial  
Fecha de Reelección: 10 de abril de 2013

# Administración y Personal

Organigrama Administrativo y Principales Componentes.



## Directorio

La Sociedad es administrada por un Directorio compuesto por nueve miembros, los cuales permanecen por un periodo de tres años en sus funciones, pudiendo ser reelectos. No existen directores suplentes.

### Identificación Miembros del Directorio periodos 2014 - 2013 y remuneraciones percibidas en estos periodos por los miembros del Directorio:

En la 68ª Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el 09 de abril de 2014, se aprobó una remuneración para el Directorio por el ejercicio 2014, hasta la celebración de la próxima Junta

Ordinaria de Accionistas. Dicha remuneración consiste en una dieta mensual por asistencia al directorio de 40 Unidades de Fomento para cada director, correspondiéndole el doble para el Presidente del Directorio, independiente del número de sesiones a la que asista en un mes, más una cantidad equivalente al 1% de las utilidades del ejercicio de la Sociedad a distribuirse a razón de una décima parte para cada Director y una décima parte adicional para el Presidente de la Sociedad, y en proporción al tiempo que cada uno hubiese servido el cargo durante el año 2014.

Los Directores recibieron durante los ejercicios 2014-2013, por concepto de dieta y participación, las siguientes remuneraciones:

#### M\$ Total Pagado durante los años 2014- 2013 (valores pesos actualizados al 31-12-2014).

Director	RUT	2014		2013	
		Dieta	Participación	Dieta	Participación
Pablo Granifo Lavín	6.972.382-9	22.955	13.648	16.568	0
René Araneda Largo (*)	5.849.993-5	11.477	9.099	11.022	7.563
Felipe Joannon Vergara	6.558.360-7	9.557	9.099	11.022	7.563
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3	11.477	9.099	11.638	7.563
Carlos Mackenna Iñiguez	4.523.336-7	11.479	9.099	12.106	5.672
Philippe Pasquet	48.090.105-3	11.477	9.099	11.022	7.563
Jorge Luis Ramos Santos	48.147.062-5	10.539	9.099	9.183	7.563
Gustavo Romero Zapata	5.546.329-8	11.477	9.099	11.839	7.563
José Luis Vender Bresciani	5.024.651-5	7.644	9.099	11.022	7.563
Guillermo Luksic Craig	6.578.597-8	0	4.549	0	0
Ernesto Tironi Barrios	4.773.816-4	0	0	0	1.891
<b>Total</b>		<b>108.082</b>	<b>90.989</b>	<b>105.422</b>	<b>60.504</b>

(\*) El Director señor René Araneda Largo, recibió adicionalmente en el ejercicio 2014 por servicios de Asesoría, la suma de \$25.822.790.

1) Al 31 de diciembre de 2012, el señor Tironi, no era miembro del Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A.

2) Al 31 de diciembre de 2013, el señor Guillermo Luksic C., no era miembro del Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A.

Los directores de la matriz Viña San Pedro Tarapacá S.A. que asimismo son directores de alguna de sus sociedades filiales, no han percibido remuneración alguna por su desempeño como director de éstas últimas.

### Gastos Asesoría al Directorio

Durante el año 2014, el Directorio incurrió en gastos de asesoría por un monto de M\$11.477.-

No existen servicios contratados con la firma auditoría externa PriceWaterhouseCooper u otra entidad que sean relevantes de declarar.



## Comité de Directores

Viña San Pedro Tarapacá S.A.

I. La Sociedad cuenta con un Comité de Directores en virtud del acuerdo voluntario tomado por el Directorio y lo expuesto en la Junta de Accionistas N° 67 de la Sociedad celebrada el 10 de abril de 2013.

II. Identificación Miembros del Comité períodos 2014 – 2013 y remuneraciones percibidas en estos períodos por los miembros del Comité:

### M\$ Totales Pagados durante los años 2014- 2013 (valores pesos actualizados al 31-12-2014)

Director	Rut	Director independiente	2014	2013
			Dieta	Dieta
Carlos Mackenna Iñiguez	4.523.336-7	Director Independiente(*)	4.838	6.188
Patricio Jottar Nasrallah	7.005.063-3		4.838	6.188
Gustavo Romero Zapata	5.546.329-8		4.838	6.188
<b>TOTAL</b>			<b>14.514</b>	<b>18.354</b>

(\*) El director señor Carlos Mackenna Iñiguez, ha sido elegido para los períodos 2013 y 2015 como Director Independiente de acuerdo a lo establecido en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046.

### III. Actividades realizadas por el Comité de Directores durante el ejercicio 2014:

El Comité sesionó en 9 oportunidades, levantándose actas de cada reunión. En el ejercicio de sus funciones, el Comité se reunió, entre otros, con los Gerentes de Viña San Pedro Tarapacá S.A. y de sus filiales, con los auditores externos y auditores internos, a fin de tratar los temas relevantes de sus áreas y otros relacionados con la gestión de la Sociedad.

Durante el año 2014 no hubo propuestas efectuadas por el Comité al Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. que no hubiesen sido recogidas por este último.

Las diversas materias y gestiones desarrolladas por el Comité durante el ejercicio 2014 se resumen a continuación:

- Revisión y análisis de los estados financieros trimestrales y anuales previo a su examen por el Directorio.
- Examen de los principales criterios contables y política de provisiones que aplica la Sociedad.
- Análisis y revisión del sistema de remuneraciones y compensaciones a gerentes, ejecutivos y trabajadores.
- Propuesta de auditores externos y clasificadores de riesgo al Directorio para ser sometidas a consideración e informados respectivamente, de la Junta Ordinaria de Accionistas.
- Se revisó el informe de control interno de los auditores externos.
- Examen de los términos y condiciones de las siguientes nuevas transacciones con personas relacionadas o modificación de las existentes, para ser sometidas a consideración del Directorio, conforme al Título XVI de la Ley N° 18.046:



Tomó conocimiento cuatrimestralmente de las siguientes operaciones efectuadas por la Sociedad conforme a lo autorizado por el Directorio: operaciones que no sean de monto relevante, operaciones que conforme a las políticas generales de habitualidad determinadas por el Directorio, sean ordinarias en consideración al giro social y operaciones entre personas jurídicas en las cuales la Sociedad posea directa o indirectamente al menos el 95% de la propiedad de la contraparte.

Examinó los antecedentes de las siguientes operaciones con partes relacionados no comprendidas en el párrafo anterior, previo a su examen y aprobación por el Directorio:

- Análisis y revisión de las tarifas de Servicios Compartidos y de Transportes y Distribución, Comercialización y Marketing, prestados por la matriz CCU S.A. sus filiales Transportes CCU Ltda., Comercial CCU S.A., Creccu S.A. y entre la filial FLC y CICSA, durante el ejercicio y las aplicables para el año 2015.
- Aumento potencial valor de servicios publicidad Contrato VSPT-Canal 13 S.A.
- Contrato de Servicios de Publicidad, para televisión abierta con Canal 13 S.A.

#### **IV. Asesorías y Gastos:**

Durante el ejercicio 2014 el Comité desarrolló sus funciones con los recursos internos de la Sociedad, con el apoyo de la matriz CCU, a través del Contrato de Servicios Compartidos, por lo cual no requirió contratar asesores ni efectuar gastos con cargo al presupuesto aprobado por la Junta Ordinaria de Accionistas.

### Ejecutivos principales de VSPT

Cargo	Nombre	RUT	Profesión	Fecha de Designación
Gerente General	Pedro Herane Aguado	11.677.304-K	Ingeniero Comercial	01/04/2013
Gerente de Administración y Finanzas	Germán Del Río López	13.471.168-K	Ingeniero Comercial	24/05/2010
Gerente de Exportaciones	Carlos López Dubusc	10.339.518-6	Ingeniero Civil	04/02/2008
Gerente de Exportaciones	Javier Iglesias Buchanan	8.132.280-5	Administrador de Empresas	17/08/2009
Gerente Comercial de Mercado Nacional	Marcela Ruiz Hadad	10.453.595-K	Ingeniero Civil Químico	03/04/2013
Gerente de Agrícola y Abastecimiento	Juan Cury Cuneo	9.481.380-8	Ingeniero Agrónomo	30/11/2004

### Remuneración total ejecutivos principales, gerentes y otros ejecutivos de la Sociedad. Años 2014-2013

Ejecutivos Principales, Gerentes y otros ejecutivos de VSPT	Remuneraciones y Beneficios (2014)	Remuneraciones y Beneficios (2013)
Montos	MM\$ 4.900	MM\$ 4.595

## Dotación de personal

La dotación permanente al 31 de diciembre de 2014 alcanzó a 1.206 empleados, los que se detallan en la siguiente tabla:

Empresas	Personal			Total
	Gerentes y Ejecutivos Principales	Profesionales y Técnicos	Trabajadores	
Viña San Pedro Tarapacá S.A.	54	331	706	1091
Viña del Mar de Casablanca S.A.	0	1	10	11
Viñas Orgánicas SPT S.A.	0	7	26	33
Finca La Celia S.A.	1	12	58	71
VSPT WG	55	351	800	1.206



La Sociedad cuenta con una política de compensación de ejecutivos consistente en un Bono Anual por resultados, de carácter discrecional y variable, no pactado contractualmente y que se asigna por cumplimiento de metas individuales y corporativas, en atención a los resultados del ejercicio. El plan de compensaciones de ejecutivos fue examinado por el Comité de Directores y aprobado por el Directorio de la Sociedad para el periodo 2014.

Los Directores y Ejecutivos Principales de Viña San Pedro Tarapacá S.A. no poseen participación en la Sociedad.

Pablo Granifo Lavín  
Presidente del Directorio de VSPT Wine Group  
y Pedro Herane, Gerente General de VSPT Wine Group

# Historias Que se unen

Viña San Pedro es fundada en la **Región del Maule**, por los hermanos Bonifacio y José Gregorio Correa Albano.

Se inscribe la marca "San Pedro" en el **Ministerio de Economía y Comercio**.

Viña de Rojas es comprada por **Don Manuel Zavala Meléndez**, y pasa a llamarse **Viña Tarapacá**.

Pedro Correo O. contrata al enólogo francés **Paul Pacottet Moinchot**.

**Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU)**, ingresó a la propiedad de Viña San Pedro, comprando un **48% de las acciones**.

**Viña San Pedro** se convierte en S.A. y comienza a transar sus acciones en la **Bolsa de Comercio de Santiago** y en la **Bolsa Electrónica de Chile**.



Se inicia la implementación del **proyecto Siglo XXI**, para aumentar la capacidad productiva, enológica y comercial de **Viña San Pedro**.

1865

1874

1885

1892

1900

1940

1990

1992

1994

1997

2001



A los pies de Los Andes en la **Región Metropolitana**, **Don Francisco de Rojas**, funda **Viña de Rojas**, hoy conocida como **Viña Tarapacá**.

**Viña San Pedro** inicia las primeras exportaciones de vino a **Estados Unidos, Canadá, Alemania y Japón**.



**Compañía Chilena de Fósforos**, adquiere la propiedad de **Viña Tarapacá** y ese mismo año adquieren el fundo **El Rosario de Naltahua**, en el corazón del **Valle del Maipo**.

Nace **Viña Altaïr** en el **Alto Cachapoal**, bodega concebida para la producción de **vinos de alta gama**.





Joint venture de San Pedro con Sociedad Agrícola y Ganadera Río Negro Ltda. da origen a

**Viña Tabalí S.A.**, bodega boutique desarrollada para la producción de vinos Premium y Súper Premium en el Valle del Limarí.

**Viña Tabalí** adquiere la propiedad de **Viña Leyda**, y **Viña Altaír** pasa a ser filial de Viña San Pedro, acentuando así el foco del Grupo San Pedro en los segmentos **Premium y Súper Premium**.

Exitosa consolidación de VSPT, en términos administrativos, comerciales y operativos. Cada viña mantiene su identidad y carácter independiente.

Viña San Pedro es elegida como **"Viña del Nuevo Mundo 2011"** por la revista **Wine Enthusiast**, una de las publicaciones especializadas más prestigiosas de Estados Unidos y el mundo.

**Pablo Granifo Lavín** asume como nuevo **Presidente del Grupo** y **Pedro Herane**, como nuevo **Gerente General**.

**Viña Misiones de Rengo** y **Viña Urmeneta**, se fusionan en **Viña Valles de Chile**.



2003

2005

2007

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014



Se fusionan **Viña San Pedro con Viña Tarapacá** dando origen a un nuevo grupo vitivinícola en Chile, **Viña San Pedro Tarapacá (VSPT)**, líder de mercado nacional en el segmento de vinos finos reserva y el segundo mayor exportador del país.

**Guillermo Luksic Craig** asume como Presidente del Directorio de Viña San Pedro S.A.

La Sociedad, colocó exitosamente su primera emisión de **bonos por UF 1,5 millones**.

**Año del Bicentenario de Chile.** A pesar del complejo escenario causado por el terremoto del 27 de febrero, el Grupo VSPT consiguió **acelerar su crecimiento**, a la vez que **fortalecer sus viñas y marcas clave**.



**Viña Tabalí** deja de formar parte del Grupo y **Viña Leyda** se **incorpora en un 100%** a la propiedad de la subsidiaria de VSPT.

**VSPT es la primera viña** en conseguir simultáneamente **dos reconocimientos** en los **Green Awards de la revista inglesa the Drinks Business**: "Compañía Ética del Año" y un segundo lugar como "Compañía Verde del Año".

Asimismo, **VSPT es elegida "Viña del Año"** por **Vinos de Chile**.



# Estructura y Funcionamiento

---





VSPT tiene operaciones en Chile y Argentina, desarrollando actividades que comprenden la producción, comercialización, distribución y exportación de productos vitivinícolas. El Grupo está compuesto por siete bodegas chilenas y dos argentinas cada una con un posicionamiento y sello enológico distinto.

## Estructura Y funcionamiento

Viña San Pedro Tarapacá S.A. (en adelante también VSPT, Grupo VSPT, la sociedad o la compañía) es el resultado de la fusión de dos grupos vitivinícolas, San Pedro Wine Group y Viña Tarapacá en 2008.

VSPT tiene operaciones en Chile y Argentina, desarrollando actividades que comprenden la producción, comercialización, distribución y exportación de productos vitivinícolas. El Grupo está compuesto por siete bodegas chilenas y dos argentinas, cada una con un posicionamiento y sello enológico distinto:

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

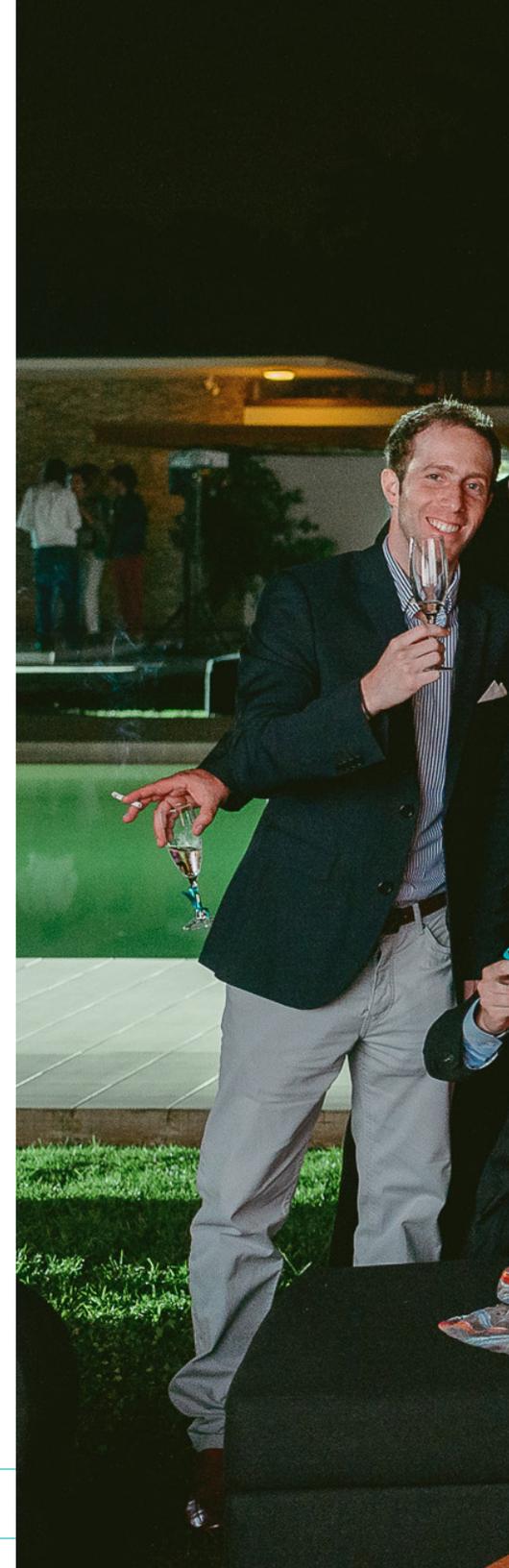
Esta diversidad nos permite una complementariedad de valles vitivinícolas, entre los más importantes de Chile y Argentina.

Los gerentes de primera línea reportan directamente al Gerente General de VSPT, entre las gerencias podemos destacar las de Abastecimiento Agrícola, Administración y Finanzas, Operaciones, Enología, Mercado Doméstico, Marketing Global, Exportaciones y Finca La Celia.

En tanto, Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU) - matriz de VSPT - presta servicios corporativos en las áreas Legal, Tesorería, Contabilidad, Sistemas de Información, Desarrollo e Investigación de Mercado, Auditoría y Asesoría Técnica. Adicionalmente, Comercial CCU presta servicios de venta en el norte y sur del país y, por su parte, Transportes CCU presta servicios de distribución y bodegaje en todo Chile. Por su parte, CRECCU y VSPT tienen un contrato de afiliación del Comercio por medio del cual CRECCU entrega a los clientes operación de crédito financiero.

La máxima instancia de toma de decisiones de la compañía es el Directorio, al cual reporta el Gerente General. Este organismo, constituido por nueve miembros, sesiona mensualmente con el objeto de velar por el desarrollo de la estrategia del Grupo. Por otra parte y en virtud del acuerdo tomado por el Directorio y lo expuesto en la Junta Ordinaria de Accionistas N°67, la Sociedad cuenta con un Comité de Directores formado por tres miembros, uno de ellos independiente del accionista controlador, los que se encargan de velar, ejercer y cumplir con los deberes establecidos en el artículo 50 bis de la Ley 18.046, sobre sociedades anónimas y la revisión de la totalidad de las transacciones con entidades relacionadas.

Museo de la Moda /  
Lanzamiento Brut Unique  
de Viñamar

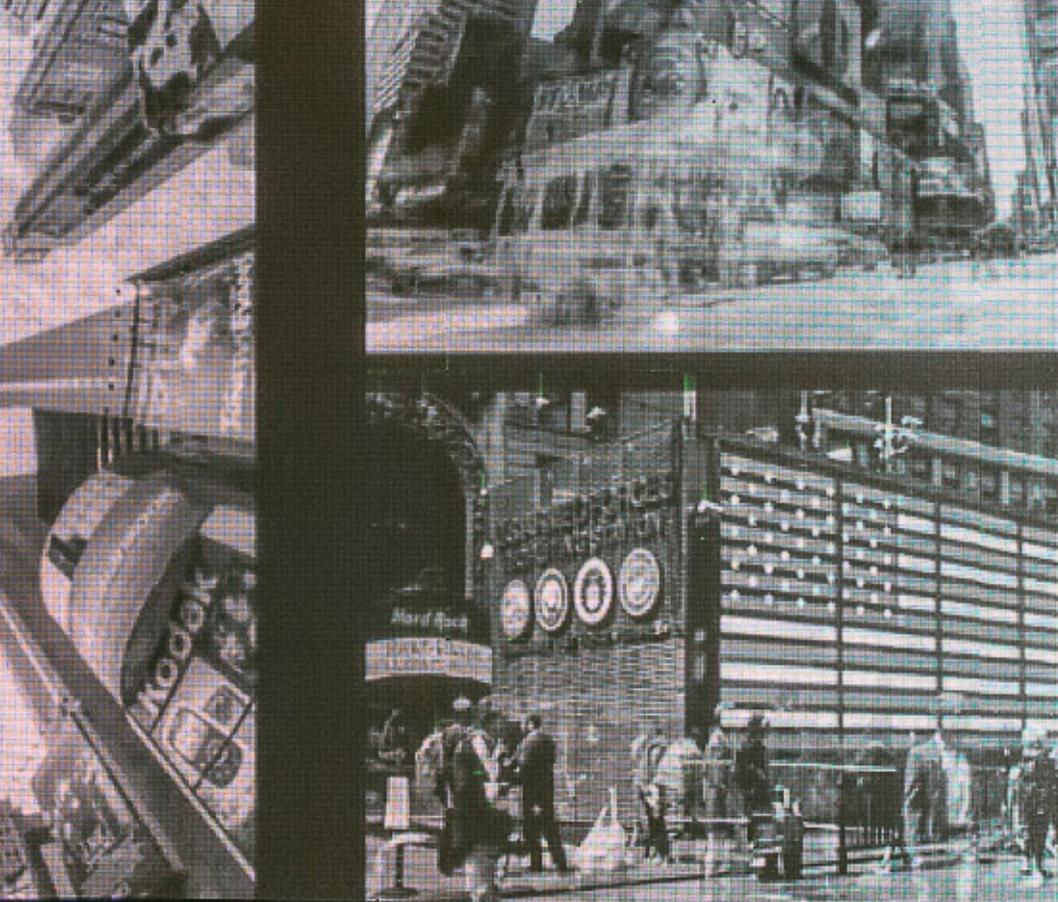




# Actividades y Negocios

---





En Chile, el consumo interno per cápita anual de vino se estima entorno a los 12,2, litros. Respecto de los formatos y de acuerdo a las cifras de Nielsen, el 52,3% del consumo en Chile corresponde a botella, un 44,7% a vino en caja y un 3% a envases plásticos y latas.



## Descripción de la Industria Vitivinícola Chilena

La industria vitivinícola mundial ha experimentado un importante desarrollo en las últimas décadas. La competitividad del rubro, gracias a la consolidación de países productores del Nuevo Mundo versus el Viejo Mundo, ha permitido alcanzar un mayor desarrollo del negocio, gracias a la introducción de nuevas tecnologías y modelos de producción.

De acuerdo a datos de la Organización Internacional del Vino (OIV), la producción mundial estimada para el año 2014 se situó cerca de los 270 millones de hectolitros. Europa sigue siendo el principal productor con el 59% del total, sin embargo, durante los últimos años la tendencia muestra un aumento importante en la producción de vinos en países como Estados Unidos, Argentina, Australia, Sudáfrica y Chile.

En la última década, los países del Nuevo Mundo se han caracterizado por liderar la comercialización de vinos demostrando calidad, innovación y diferenciación de sus productos en un amplio segmento de precios. La atracción de nuevos consumidores alrededor del mundo se ha logrado, entre otras cosas, mediante la creación de valor de marca.

## Descripción de la Industria Vitivinícola Mundial

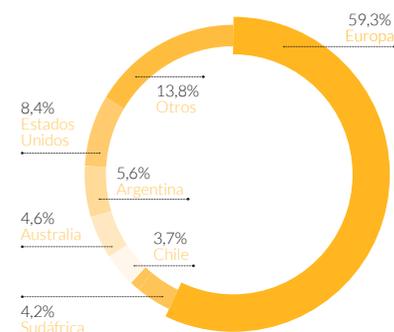
El foco de Chile en el mercado internacional está puesto en vinos de alta calidad a precios competitivos, con el objetivo de ser reconocidos como uno de los grandes exponentes del Nuevo Mundo. Chile, en la industria mundial del vino, todavía es un pequeño participante, de acuerdo a las cifras aportadas por la OIV, sus volúmenes representan un 3,7% de la producción mundial, con 10 millones de hectolitros.

La gran mayoría de las viñas exportadoras nacionales participa en Wines of Chile, organización que tiene entre sus objetivos promocionar el vino chileno en el ámbito nacional e internacional, mediante la gestión de una estrategia comunicacional que incluye la organización de ferias y degustaciones para consumidores, importadores, distribuidores, minoristas y restaurantes; visitas de críticos, periodistas especializados, sommeliers e influenciadores; insertos y publicaciones en medios de comunicación; seminarios; concursos, y promoción en punto de venta, entre otras.

El gremio se ha propuesto la misión de fortalecer la categoría de vinos chilenos en los mercados internacionales, incrementando el valor de la marca "Vinos de Chile", y mejorar la competitividad de la industria siguiendo los lineamientos del Plan Estratégico Internacional, cuyo objetivo central es convertir a Chile en el principal productor de vinos Premium, sustentables y diversos del Nuevo Mundo al 2020.

Los mercados definidos como prioritarios por Wines of Chile son: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Brasil, Irlanda, Dinamarca y Asia, educando a influenciadores y consumidores sobre los atributos del vino chileno.

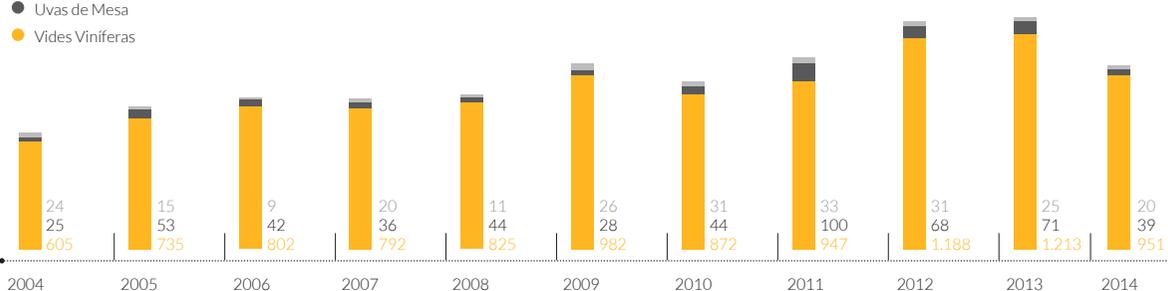
### PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VINO 2014 (%)



Fuente: OIV

### EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN, CHILE

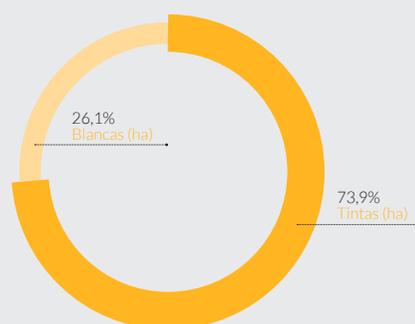
- Vides Pisqueras
- Uvas de Mesa
- Vides Viníferas



Fuente: elaborado por Odepa sobre la base de antecedentes del SAG y el Servicio Nacional de Aduanas

Bodega de Grandes Vinos de San Pedro.

## COMPOSICIÓN DE LAS VIDES DE VINIFICACIÓN, CHILE (2013)



Fuente: SAG

## Superficie y Producción (Chile)

Con respecto a la superficie plantada en Chile, se puede destacar un incremento progresivo desde el año 2008, alcanzando una tasa de crecimiento anual cercana al 4,5% promedio.

De la superficie total del país destinada a la vinificación, el 73,9% corresponde a cepas tintas y el 26,1% a blancas, según el Catastro Vitícola Nacional realizado el año 2013 por el Servicio Agrícola y Ganadero, (SAG).

Durante el año 2014 se puede apreciar una disminución total en la producción de vides, cayendo tanto las vides viníferas, como las uvas de mesa y las vides pisqueras.

## SUPERFICIE TOTAL PLANTADA, CHILE



Fuente: SAG

## Descripción del Mercado Doméstico Chileno

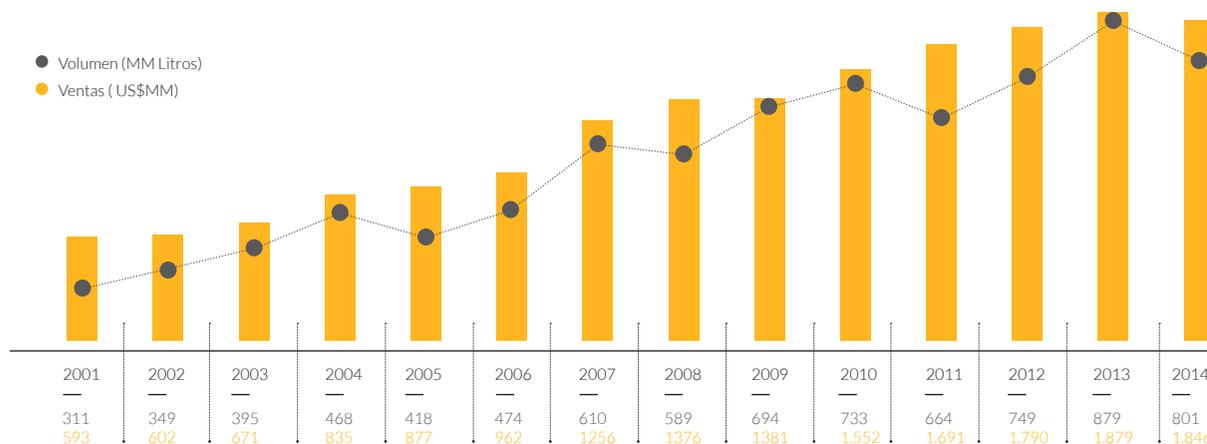
En Chile, la principal característica del mercado ha sido la de un consumo de vino masivo y de bajo precio. Se estima un consumo de 12,2 litros per cápita anual, sin embargo, en los últimos años la categoría masivo ha ido retrocediendo en favor de vinos de un nivel más Premium. Respecto de los formatos y de acuerdo a las cifras de Nielsen, el 52,3% del consumo en Chile corresponde a botella, un 44,7% a vino en caja y un 3,0% a envases plásticos y latas.

## Descripción del Mercado de Exportaciones Chileno

En los últimos ocho años, las exportaciones chilenas de vino envasado muestran una clara tendencia de crecimiento, alcanzando un promedio anual de expansión de 5,7% en cajas de 9 litros vendidas. En términos de valor, las exportaciones han aumentado a una tasa del 7,8% promedio, alcanzando los US\$1.565 millones de dólares, de acuerdo a las cifras de Vinos de Chile.

Durante el último año, los volúmenes de vino envasado al exterior experimentaron un aumento de 3,5% respecto del año anterior, alcanzando 479 millones de litros. El precio promedio muestra un aumento del 1%. Los principales mercados de destino son Estados Unidos, Reino Unido, Japón, Brasil, China y Holanda.

### VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN, CHILE



Fuente: Vinos de Chile  
Nota: Volúmenes de Exportación incluye graneles.

## Descripción de la Industria Vitivinícola Argentina

En las últimas dos décadas, Argentina aceleró su desarrollo exportador de vinos y espumantes, acción que le permite situarse hoy como uno de los mayores países productores del Nuevo Mundo después de Estados Unidos, con el 5,6% de la producción mundial.

La reducción del mercado interno argentino debido a la disminución del consumo, ha generado un sostenido incremento de las exportaciones de vino argentino, siendo sus principales mercados de destino Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Brasil y los Países Bajos.

Las bodegas se agrupan en la asociación Wines of Argentina (WoA), la que desde el año 1993 promueve la marca y la imagen país de los vinos argentinos por el mundo, dando a conocer las regiones productoras. Asimismo, la organización apoya la estrategia exportadora de Argentina estudiando y analizando los cambios que se dan en los mercados de consumo. Actualmente realizan numerosas actividades entre las que se destacan ferias, giras, actividades en el exterior y degustaciones en Estados Unidos, Canadá, Latinoamérica, Asia y Europa.



## Superficie y Producción (Argentina)

Según información otorgada por el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) con datos actualizados al 2013, Argentina cuenta con una superficie total plantada que asciende a las 223.580 hectáreas. El 71% de los viñedos del país se encuentran en la provincia de Mendoza, el 21% en San Juan y el 3% en La Rioja.

Del total de hectáreas, 206.448 corresponden a variedades para vinificar, de las cuales 53% son variedades tintas, 20,5% variedades blancas y 26,5% variedades rosadas. De las cepas tintas, más del 32% corresponden a Malbec, la variedad

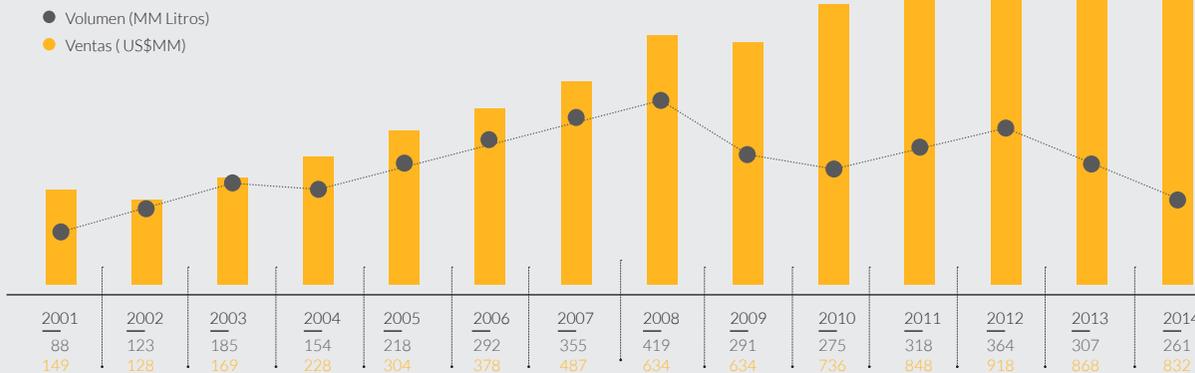
insignia, seguido por Bonarda con 17% y Cabernet Sauvignon con 14%. En tanto en blancas, lidera la Pedro Gimenez con 28%, seguida por la Torrontes Riojano (variedad criolla) con 18% y la Chardonnay con 15%.

En 2014 la industria experimentó una disminución en sus volúmenes de uva cosechados, llegando a 2.635 millones de kilos. En tanto las bodegas activas suman 918, treinta menos que en 2013.

## Descripción del Mercado Doméstico Argentino

De acuerdo a las estimaciones realizadas por el Instituto Nacional de Vitivinicultura, el consumo interno de vino en Argentina durante el 2014 fue de 820.179 hectolitros, manteniéndose la tendencia de los últimos 14 años, de franca disminución.

## VOLÚMENES DE EXPORTACIÓN, ARGENTINA



Fuente: Caucasia

## Descripción del Mercado de Exportaciones Argentino

Durante el año 2014, la industria argentina disminuyó el volumen de sus exportaciones, siguiendo la tendencia a la baja que comenzó a mostrar durante el año 2013. En valor las exportaciones también disminuyeron, esto se genera por la compleja situación económica por la que atraviesa el país.

Durante el año 2014, Argentina exportó 261 millones de litros (incluyendo graneles) por un monto de US\$832 millones, lo que significó una disminución en volúmenes de vino exportado de 15% y un 4% en valor, respecto a 2013.

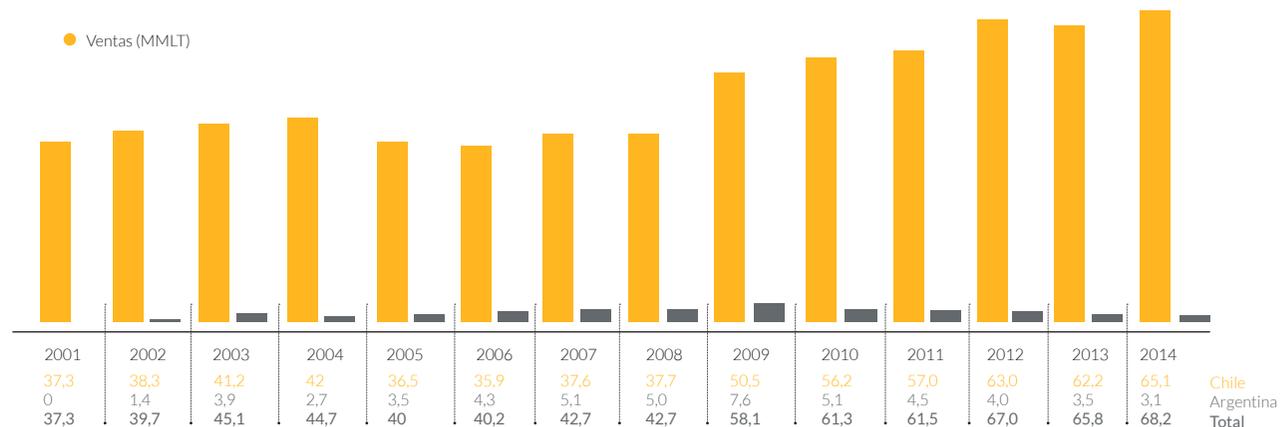
## Descripción de las Actividades de VSPT

VSPT participa principalmente en dos negocios, en Chile, a través de las ventas en el mercado doméstico donde en 2014 se vendieron 62,2 millones de litros, y en exportaciones, a través de las ventas realizadas tanto por las filiales de Chile y Argentina, donde anualmente se exportan más de 68,2 millones de litros.

El Grupo comienza sus actividades y negocios con el desarrollo agrícola y termina con la comercialización y venta del vino en los mercados de exportaciones y doméstico. En consecuencia, la operación de VSPT se divide en cuatro áreas:

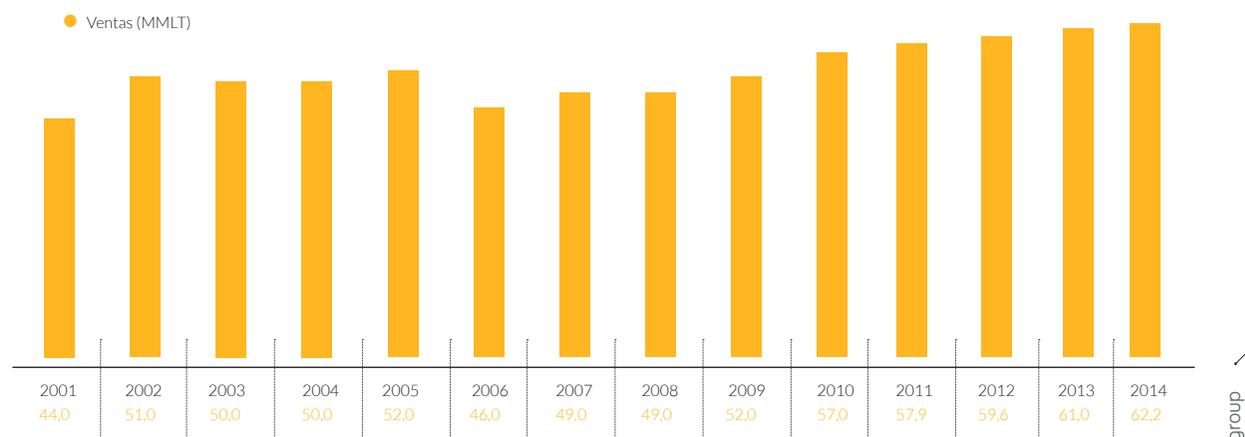
## Agrícola. Enología. Envasado. Distribución y Venta

### VOLÚMENES DE VENTA VSPT EXPORTACIONES\* (MMLT)



\*Incluye Chile y Argentina

### VOLÚMENES DE VENTA, MERCADO DOMESTICO CHILE (MMLT)



vspt.winegroup



## Agrícola

---

El objetivo del Área Agrícola de VSPT es conseguir el más alto estándar de producción vitivinícola, con el fin de proporcionar al área enológica uvas que cumplan con los requisitos de calidad necesarios para la producción de las distintas líneas de vinos del Grupo, y para cada segmento de precio. El área Agrícola es responsable de que la producción alcance un costo que permita hacerla sostenible en el tiempo.

La producción agrícola de VSPT se realiza bajo las pautas que impone nuestro enfoque sustentable, tanto en los ámbitos medioambientales como en los de responsabilidad social empresarial.

Esta producción se realiza a lo largo del país, en diversas zonas donde se encuentran los valles vitivinícolas más importantes de Chile, que van desde el Elqui (IV Región) hasta el Maule (VII Región). De esta forma, VSPT dispone de variedades y

calidades diversas, potenciadas por los terroirs que les dan origen. Estas particularidades, sumadas a un adecuado manejo agrícola y enológico, son la base para la elaboración de vinos de calidad.

Una de las principales tareas del Área Agrícola, es la administración de las 4.208 hectáreas plantadas, propias y arrendadas, de las cuales 2.378 corresponden a Viña San Pedro, 588 a Viña Tarapacá, 408 a Viña Santa Helena, 163 a Viña Leyda, 297 a Viñamar y Casa Rivas, y 374 a La Celia (Argentina).

Las viñas del Grupo promueven el desarrollo de sus trabajadores a través de su constante capacitación, trabajando permanentemente en la incorporación de nuevas tecnologías, que hagan más eficientes económica, social y medioambientalmente, la producción agrícola.

El área Agrícola busca una producción sustentable en el tiempo, que asegure la renovación de los recursos naturales. Destacan iniciativas como: el cuidado en el manejo del suelo, el uso racional del agua, el manejo integrado de plagas, y el uso criterioso de plaguicidas para el control de plagas, enfermedades y malezas.

La Composición de la superficie plantada de VSPT se desglosa en el siguiente cuadro:

Viña	Zona	Área	Fundo	Há Plantadas *	Propiedades
San Pedro	Valle de Curicó	Molina	Molina	1.071	Propia
San Pedro	Valle del Maule	Pencahue	Pencahue	747	Propia
San Pedro	Valle del Cachapoal	Requinoa	Totihue	93	Propia
San Pedro	Valle del Cachapoal	Requinoa	Quillayes	86	Arrendada
San Pedro	Valle de Rapel	Rengo	Santa Sofía	34	Propia
San Pedro	Valle de Colchagua	Santa Cruz	Chépica	223	Propia
San Pedro	Valle del Maipo	Buín	San Ramón	12	Propia
San Pedro	Valle del Maipo	Buín	El Tránsito	41	Arrendada
San Pedro	Valle de Cachapoal	Requinoa	Altair	70	Propia
<b>San Pedro</b>				<b>2.378</b>	
<b>Tarapacá</b>	<b>Valle del Maipo</b>	<b>Isla de Maipo</b>	<b>El Rosario de Naltahua</b>	<b>588</b>	<b>Propia</b>
Santa Helena	Valle de Colchagua	San Fernando	San Fernando	89	Arrendada
Santa Helena	Valle de Colchagua	Palmilla	El Huique	319	Propia
<b>Santa Helena</b>				<b>408</b>	
Viñamar	Valle de Casablanca	Casablanca	Casablanca	61	Propia
Viñamar	Valle de Casablanca	Casablanca	Loyola	26	Arrendada
Casa Rivas	Valle del Maipo	María Pinto	Santa Teresa	210	Propia
<b>Viñamar</b>				<b>297</b>	
Leyda	Valle de San Antonio	Leyda	El Maitén	87	Propia
Leyda	Valle de San Antonio	Leyda	El Granito	76	Arrendada
<b>Leyda</b>				<b>163</b>	
<b>Finca La Celia</b>	<b>Valle de Uco</b>	<b>San Carlos</b>	<b>Finca La Celia</b>	<b>374</b>	<b>Propia</b>
<b>Total VSPT</b>				<b>4.208</b>	

\* Hectáreas productivas y en inversión



## Enología

El Área Enológica maneja el resultado de la gestión agrícola, incorporando la habilidad del enólogo para, finalmente, producir un vino de óptima calidad y que sea demandado por el mercado. Esta Área es la que finalmente le imprime un sello característico a cada viña.

Sus tareas se extienden desde la elaboración del vino, hasta la revisión y control de la compra de los insumos que se utilizarán en los distintos procesos productivos. Además, se encarga de todas las eventualidades que puedan surgir en el proceso de producción.

VSPT cuenta con un moderno sistema de manejo de inventario en línea, el cual le permite al enólogo tener toda la información necesaria para la elaboración de los productos.

Asimismo, la compañía cuenta con certificaciones de calidad y sustentabilidad reconocidas a nivel internacional, para lo cual ha debido preparar y capacitar a sus colaboradores. VSPT cuenta con certificaciones ISO y HACCP, iniciativas que permiten aplicar en el trabajo diario las mejores y más modernas técnicas para garantizar la calidad de sus vinos.

La capacidad instalada de VSPT 2014 se desglosa en el siguiente cuadro:

Bodega	Molina	Lontué	Isla de Maipo	Grandes Vinos de San Pedro	Viñamar	La Celia
Infraestructura	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Recepción de Uvas	Si	No	Si	Si	No	Si
Elaboración	Si	Si	Si	Si	No	Si
Vinificación	Si	No	Si	Si	No	Si
Guarda	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Envasado	Si	Si	Si	No	No	Si
Capacidad Envasado Máxima litros/Hora	27.000	34.500	11.550	0	0	4.500
Capacidad Bodega Vinos (miles de Litros)	38.800	13.300	27.500	800	1.000	7.400

## Envasado

Tras la labor enológica y de guarda, comienza el proceso de envasado en las distintas bodegas del Grupo. Actualmente, VSPT cuenta con tres plantas propias en Chile y una en Argentina, donde se concentra la operación de todas las viñas. Estas son, Lontué, Molina e Isla de Maipo en Chile, y La Celia en Argentina.

La capacidad de envasado actual del Grupo es de 77.550 litros por hora, sin embargo, esta capacidad se verá aumentada con el proyecto presentado en 2014, el cual contempla duplicar la capacidad productiva de la Planta de Molina, junto a un nivel de infraestructura y tecnología que permitirá aumentar los volúmenes de producción y ser más eficientes.

El Área de Envasado se centraliza a través de la Gerencia de Operaciones, la que presta servicios a las distintas unidades comerciales. Esta asistencia incluye a toda la cadena de suministros. Una vez realizado el pedido por parte de la unidad comercial y recibido el vino en la unidad enológica, la Gerencia de Operaciones es responsable de envasar y embarcar el producto final, con todos los requerimientos de calidad y normativas necesarias; lo que comprende manejar el abastecimiento y administración del stock de insumos, realizar el proceso de envasado, y la logística de salida de la planta hacia el puerto de embarque correspondiente.



## Distribución y Ventas

Una vez finalizado el proceso de envasado y embotellado, comienza la distribución y venta del vino en todas sus variedades y formatos, tanto en Chile como en el resto del mundo.

La distribución del producto en el interior del país se ejecuta a través de Transportes CCU Ltda. (TCCU), el cual es el operador logístico de CCU S.A. TCCU posee una red de 23 centros de distribución, flotas de vehículos terceros que cubren desde Arica a Coyhaique y plataformas operativas de sistemas de información necesarias para soportar eficientemente sus funciones, a través de un equipo de personas altamente calificadas.

En tanto, la Gerencia de Operaciones de VSPT es responsable coordinar la logística y distribución de los productos desde las plantas productivas hasta el puerto, donde el vino es embarcado para llegar al cliente final.

La comercialización de los vinos en los países de destino y a público, es responsabilidad de nuestros clientes, prestigiosos distribuidores de vinos y licores en diferentes partes del mundo, con los cuales existen acuerdos previos.

De acuerdo al informe de Vinos de Chile, VSPT es la segunda mayor viña exportadora del país, con un 13,6 % de participación de mercado en volumen envasado durante el 2014. En tanto, en el mercado doméstico, es el primer grupo vitivinícola en términos de participación en valor, con un 27,2%, según datos proporcionados por Nielsen, esto representa un aumento de 1,3 respecto al año anterior.

Los volúmenes de ventas totales de vino envasado de VSPT alcanzaron los 130 millones de litros en 2014, incluyendo tanto las ventas de mercado doméstico chileno, como las exportaciones del Grupo desde Chile y Argentina.

## Licencias

Las Sociedades Viña Altaïr S.A., Viña Del Mar de Casablanca S.A., Viña Santa Helena S.A. y Viña Valles de Chile S.A., han otorgado a Viña San Pedro Tarapacá S.A. licencias de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile. Estas licencias tienen una vigencia de 10 años cada una, renovables.

## Marco Normativo

La Sociedad en su carácter de sociedad anónima abierta se encuentra regulada por las leyes N° 18.045 sobre Mercado de Valores y 18.046 sobre Sociedades Anónimas y su Reglamento contenido en el Decreto N°702 del Ministerio del Interior y a la normativa dictada al efecto por la Superintendencia de Valores y Seguros. Adicionalmente, la Sociedad y sus subsidiarias deben observar las normas aplicables de manera específica las actividades y negocios que realizan, entre ellas: la Ley N° 18.455 sobre Producción, Elaboración y Comercialización de Bebidas Alcohólicas, reglamentada en el Decreto N° 78 del Ministerio de Agricultura de 1986, que establece, entre otras, la obligación de inscribir las bebidas alcohólicas que se comercialicen en Chile en el registro que al efecto lleva el SAG y los requisitos de rotulación, la Ley N° 19.925 sobre Expendio y Consumo de Bebidas Alcohólicas, que establece la obligación de contar con patente de alcoholes para el expendio de bebidas alcohólicas, fija el horario de funcionamiento para dichos establecimientos, dispone la prohibición de venta y suministro a menores de 18 años de edad en establecimientos autorizados para el expendio de bebidas alcohólicas así como la venta, suministro o consumo en lugares determinados, y demás requisitos y condiciones para la comercialización de bebidas alcohólicas, y el Decreto N° 464 del Ministerio de Agricultura de 1995 sobre Zonificación Vitícola o denominación de origen para vinos que se produzcan en el país y fija normas para su utilización, estableciéndose las zonas geográficas de las cuales se deben obtener las uvas para contar con la respectiva denominación de origen.

# Principales marcas comercializadas por VSPT

---

## San Pedro:

---

- Grandes Vinos de San Pedro (Altaír, Cabo de Hornos, Kankana del Elqui, Tierras Moradas y Sideral)
- 1865 Single Vineyard
- Castillo de Molina
- Epica
- GatoNegro
- Gato

## Santa Helena:

---

- Parras Viejas
- Vernus
- Selección del Directorio
- Siglo de Oro

## Leyda:

---

- Lot
- Single Vineyard
- Reserva

## VSPT Argentina:

---

- La Celia: Heritage y Pioneer
- Bodega Tamarí: Ar

## Tarapacá:

---

- Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Blanca
- Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Negra
- Gran Reserva Tarapacá Etiqueta Azul

## Misiones de Rengo:

---

- Misiones de Rengo Gran Reserva Cuveé
- Misiones de Rengo Varietal

## Viñamar:

---

- Extra Brut
- Rosé
- Brut Unique
- Brut
- Demi Sec

# Objetivos Estratégicos

---

En 2014 dimos inicio al Plan Estratégico para el trienio 2014-2016, en el cual nos hemos trazado seis objetivos claves, que podemos resumir de la siguiente manera:

- Construir Marcas Globales
- Crecer rentablemente en Mercados Clave
- Ser eficientes en nuestros Costos y Gastos
- Ser Líderes en Capital Humano
- Ser un Grupo Vitivinícola de Escala Mundial
- Ser Sustentables en el tiempo



# Factores de Riesgo y planes de Inversión

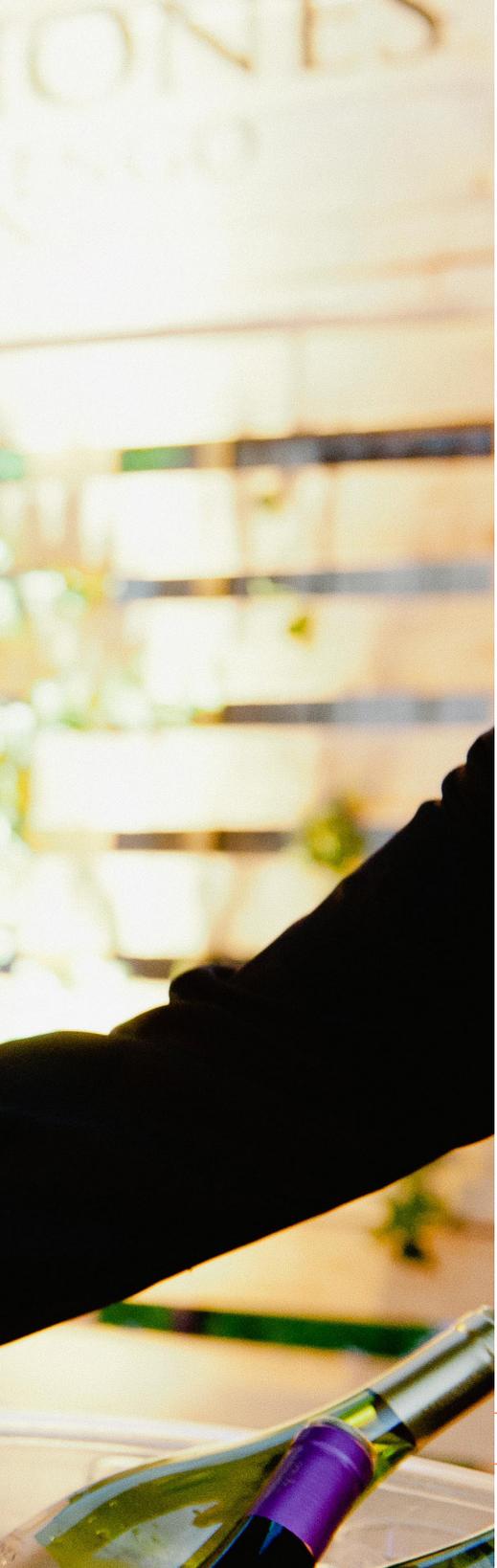
---





VSPT realiza inversiones principalmente orientadas a ampliar y mejorar su capacidad productiva agrícola e industrial.





Las actividades financieras principales de la Sociedad corresponden al uso de líneas de crédito y financiamiento bancario de corto y largo plazo para el financiamiento de capital de trabajo e inversiones. Por otra parte, los excedentes de caja que generan las actividades operacionales se invierten en el mercado financiero, principalmente a través de fondos mutuos.

## Factores de Riesgo

Entre los principales factores de riesgo de la actividad en donde se desarrolla la Sociedad, aparecen los factores climáticos, que pueden generar sequías, heladas, granizos, pestes, lluvias y hongos. Estos pueden dañar la producción de vino, traduciéndose en menor disponibilidad de uva y vino. El efecto directo es el costo del vino, dada una disminución de oferta, que a su vez puede reducir el rendimiento por hectárea y, por lo tanto, generar un mayor costo por litro de vino.

Desde otro punto de vista, los riesgos climáticos pueden producir una menor calidad del vino. Las medidas de prevención apuntan hacia la regulación de pestes, hongos, sequías y heladas, algunas de las cuales sólo pueden controlarse parcialmente.

Por otra parte, el mercado de las exportaciones está fuertemente ligado a los vaivenes de las diferentes economías del mundo. Esto se traduce en el riesgo de menor actividad económica en algún país específico y, por lo tanto, en la disminución en el despacho de vinos. Al mismo tiempo, tener ingresos del mercado de exportaciones en moneda extranjera conlleva un riesgo de tipo de cambio. Sin embargo, el hecho de estar presente en más de 80 países y en las principales potencias mundiales, diversifica el riesgo país a diferencia de estar presente sólo en el mercado doméstico.

Además, el manejo de operaciones a futuro en moneda extranjera, es utilizado para cubrir la posición en moneda extranjera en el balance de la Sociedad.

Gran Reserva Cuveé  
de Misiones de Rengo.

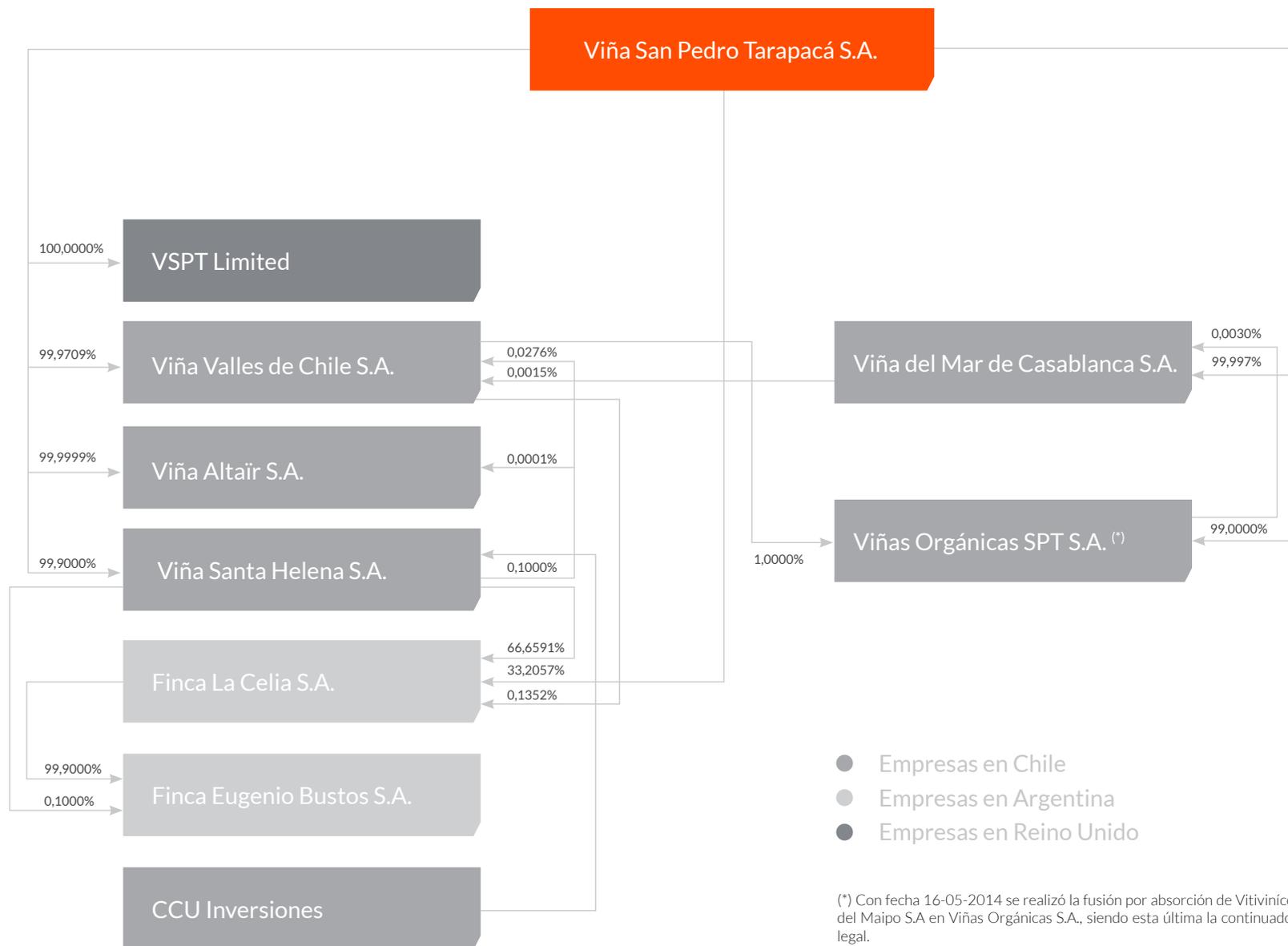
## Planes de Inversión

VSPT realiza inversiones principalmente orientadas a ampliar y mejorar su capacidad productiva agrícola e industrial, asimismo se destinan recursos para obtener mejores calidades de uva, y realizar mejoras en el tratamiento y guarda de vinos. Además de estas inversiones, VSPT invierte en forma periódica en la reposición normal de activos operacionales.

## Seguros

Una serie de contratos anuales mantiene al Grupo con diversas compañías aseguradoras de primera clase para todos sus bienes, es decir, maquinarias, edificios, vehículos, créditos a las exportaciones, materias primas, productos en proceso y terminados, y perjuicios por paralización, entre muchos otros. Las pólizas cubren daños por incendios, terremotos y otros factores de la naturaleza o el hombre, con cobertura local y en los países en que se comercializan los productos. Por otra parte, VSPT posee seguros que cubren eventuales cuentas por cobrar que puedan transformarse en incobrables por parte de los principales clientes de exportaciones.

# Estructura Societaria



# Propiedad y Acciones

## Situación de Control

Viña San Pedro Tarapacá S.A. es controlada, indirectamente, por Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), Rut N° 90.415.000-3, quien posee el 64,72% de las acciones de la Sociedad al 31 de diciembre de 2014. A igual fecha, el capital suscrito y pagado es de M\$123.808.521.231.- distribuido en un total de 39.969.696.632 acciones de serie única y sin valor nominal.

Compañía Cervecerías Unidas S.A. es controlada por la sociedad chilena "Inversiones y Renta S.A.", que a su vez es controlada por las sociedades Quiñenco S.A. y Heineken Chile Ltda., que poseen cada una el 50% del capital accionario de Inversiones y Rentas S.A. (IRSA). IRSA directa e indirectamente a través de su filial Inversiones IRSA Limitada, posee un 60% del capital accionario de CCU.

Quiñenco S.A. y Heineken Chile Ltda., suscribieron un Pacto de Accionistas, depositado en el Registro de Accionistas de CCU, que considera restricciones para que estos puedan adquirir acciones de CCU en forma independiente debiendo, salvo excepciones, ser adquiridas por IRSA. Dicho Pacto contempla asimismo restricciones a la libre enajenación de acciones de IRSA. por parte de dichos accionistas, considerando derechos preferentes, entre otros.

Las acciones emitidas y pagadas de Quiñenco S.A., son de propiedad en un 81,4% de las sociedades Andsberg Inversiones Ltda., Ruana Copper A.G. Agencia Chile, Inversiones Orengo S.A., Inversiones Consolidadas S.A., Inversiones Salta S.A., Inversiones Alaska Ltda., Inmobiliaria e Inversiones Río Claro S.A. e Inversiones Río Claro Ltda.. La fundación Luksburg Foundation tiene indirectamente el 100% de los derechos sociales en Andsberg Inversiones Ltda., el 100% de los derechos sociales en Ruana Copper A.G. Agencia Chile y un 99,76% de las acciones de Inversiones Orengo S.A.

Andrónico Mariano Luksic Craig (RUT 6.062.786-K) y familia tienen el control del 100% de las acciones de Inversiones Consolidadas Ltda., de Inversiones Salta S.A. y de Inversiones Alaska Ltda. Inmobiliaria e Inversiones Río Claro S.A. e Inversiones Río Claro Ltda. son indirectamente controladas por la fundación Emian Foundation, en la que la descendencia de don Guillermo Luksic Craig† (RUT 6.578.597-8) tiene intereses. No existe un acuerdo de actuación conjunta entre los controladores de la Sociedad.

Heineken Chile Limitada es una sociedad de responsabilidad limitada chilena cuyo controlador actual es Heineken Americas B.V., sociedad de responsabilidad limitada holandesa, filial de Heineken International B.V., la cual es a su vez filial de Heineken N.V. El socio mayoritario de Heineken N.V. es la sociedad holandesa Heineken Holding N.V., sociedad holandesa filial de la sociedad L'Arche Green N.V. la cual es filial de L'Arche Holdings S.A., ésta última controlada por la familia Heineken. La propietaria del 99% de las acciones de L'Arche Holdings S.A. es la señora C.L. de Carvalho-Heineken.

## Identificación de Accionistas Mayoritarios:

Compañía Chilena de Fósforos S.A., Rut N° 90.081.000-8, posee al 31 de diciembre de 2014 el 30% de las acciones de Viña San Pedro Tarapacá S.A.





### Identificación de 12 mayores Accionistas:

Los doce principales accionistas de la Sociedad al 31 de diciembre de 2014 poseen el 97,75% de su propiedad, los cuales se identifican a continuación:

Doce principales accionistas de la sociedad (al 31 de diciembre de 2014)

Nombre o razón social	Rut	Dirección	Acciones al 31/12/2014	% Participación
CCU Inversiones S.A.	76.593.550-4	Av. Vitacura 2670 piso 22. Las Condes.	25.866.493.503	64,72%
Compañía Chilena de Fósforos S.A.	90.081.000-8	Av. Los Conquistadores 1700 piso 15 torre St. Providencia.	11.990.908.990	30,00%
HMG Globetrotter	47.005.260-0	1-3, Place valhubert 75013.	267.823.578	0,67%
Banchile C de B S.A.	96.571.220-8	Agustinas 975 oficina 209.	246.270.528	0,62%
BTG Pactual Chile S.A. C de B	84.177.300-4	Av. Apoquindo 3721 piso 19. Las Condes.	174.579.187	0,44%
Bolsa de Comercio de Santiago Bolsa de Valores	90.249.000-0	La Bolsa 64. Santiago.	109.142.034	0,27%
Santander S.A. C de B	96.683.200-2	Bandera 140 piso 12. Santiago	86.096.916	0,22%
Inversiones Orenge S.A	90.170.000-1	Av. Apoquindo 4001 piso 14. Las Condes	73.005.467	0,18%
Larrain Vial S.A. Corredora de Bolsa	80.537.000-9	Av. El Bosque Norte 0177 piso 4. Las Condes	69.806.834	0,17%
Valores Security S.A. C de B	96.515.580-5	Av. Apoquindo 3150, piso 7, Las Condes.	62.000.856	0,16%
Fondo Mutuo Santander Acciones Retail y Consumo	96.667.040-1	Bombero Ossa 1068, piso 8, Santiago.	59.317.537	0,15%
IM Trust S.A. C de B	96.489.000-5	Av. Apoquindo 3721, piso 16, Las Condes.	58.967.548	0,15%
<b>Total</b>			<b>39.064.412.708</b>	<b>97,75%</b>

## Accionistas

Viña San Pedro Tarapacá S.A. al 31 diciembre de 2014 cuenta con 1.698 accionistas registrados.

### ACCIONES, SUS CARACTERÍSTICAS Y DERECHOS

## Política de Dividendos

La política de dividendos que espera cumplir la Sociedad en ejercicios futuros informada por el Directorio en la Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada el 9 de abril de 2014, manteniendo la política del año anterior, consiste en un reparto en dinero equivalente al 50% de las utilidades líquidas de cada ejercicio social, a pagarse una vez aprobado el Balance General del ejercicio correspondiente por la Junta Ordinaria de Accionistas, y habiendo sido previamente absorbidas las pérdidas acumuladas con las utilidades del ejercicio, conforme lo dispuesto en el artículo 78 de la Ley N°18.046, las utilidades deben destinarse primeramente a absorber las pérdidas acumuladas, por lo cual el reparto queda condicionado a las utilidades que efectivamente se obtengan. De esta manera, si una vez absorbidas las pérdidas acumuladas existiere un remanente, sobre dicho saldo se aplicará la política recién expresada. Asimismo, señaló que esta política corresponde a la intención del Directorio, por lo cual su cumplimiento queda condicionado a las utilidades que realmente se obtengan. Sin perjuicio de lo anterior, de forma excepcional y por única vez, el Directorio en la Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada el 9 de abril de 2014, elevó los dividendos a repartir por sobre la política descrita anteriormente, a un 60% de las utilidades líquidas del ejercicio 2013.

## Información Estadística

(1) Dividendos Pagados Respecto de los Últimos Ejercicios Anuales.

Fecha de Pago	Tipo/N°	Monto total a distribuir (\$)	\$ por Acción	Utilidad Año
20-04-2012	Definitivo N°16	6.660.346.884	0,166634910	2011
19-04-2013	Definitivo N°17	3.781.435.123	0,09460755125	2012
17-04-2014	Definitivo N°18	5.459.250.641	0,136584740	2013
09-01-2015	Provisorio N°19	4.668.722.396	0,1168065507	2014

(2) Transacciones Trimestrales en Bolsa, de los Últimos dos Ejercicios Anuales.

Promedios por Trimestre				
Trimestre/Año	N° Acciones Transadas	Monto (\$)	Precio Promedio \$	Presencia Bursátil (%)
1r Trimestre 2013	82.107.569	255.214.760	3,1	15,7
2° Trimestre 2013	1.311.336.813	4.324.172.588	3,3	9,0
3r Trimestre 2013	560.628.825	1.840.481.917	3,3	6,7
4° Trimestre 2013	87.739.180	267.982.278	3,1	7,2
1r Trimestre 2014	37.436.628	120.736.217	3,2	5,8
2° Trimestre 2014	184.865.220	751.278.104	4,1	6,3
3r Trimestre 2014	177.280.512	811.833.566	4,6	9,2
4° Trimestre 2014	112.456.553	555.528.261	4,9	12,1

Esta información incluye transacciones de la Bolsa de Comercio de Santiago, Bolsa Electrónica de Chile y Bolsa de Valores de Valparaíso. Cifras en pesos de cierre del periodo señalado.

# Hechos Relevantes, Esenciales y otros Antecedentes

---



AS DE LO MATT

A DEL V

Durante el año 2014, Viña San Pedro Tarapacá S.A. informó a la Superintendencia de Valores y Seguros los siguientes Hechos Relevantes, Esenciales y Otros Antecedentes.



## Hechos Relevantes, Esenciales Y otros Antecedentes

---

Durante el año 2014, Viña San Pedro Tarapacá S.A. informó a la Superintendencia de Valores y Seguros los siguientes hechos esenciales:

### 3 de marzo de 2014:

- Se informa que el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., en su sesión del día 3 de marzo de 2014, acordó proponer a la próxima Junta Ordinaria de Accionistas, el reparto de un dividendo definitivo de \$0,136584740 pesos por acción. Se propondrá pagar este dividendo definitivo a contar del día 17 de abril de 2014.

### 12 de Marzo de 2014:

- Se informa rectificación Formularios N° 1 Circular 660, corrigiendo puntos 1.07, indicando como Individualización del Movimiento el dividendo N° 18, en el punto 3.02 la Fecha Límite correcta el 11.04.2014 y el punto 5.03 la Fecha de pago correcta, el 17.04.2014.

Durante el mismo período, se informó a dicha Superintendencia los siguientes otros antecedentes:

### 10 de Marzo de 2014:

Se informa que el Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., en su sesión celebrada el día 3 de marzo de 2014, acordó citar a Junta Ordinaria de Accionistas, para el día 9 de abril de 2014, a las 10:00 horas, a celebrarse en la Sala de Arte CCU, con el objeto de tratar las materias que siguen:

1. Cuenta del Presidente.
2. Aprobación de la Memoria Anual, Estados Financieros e Informe de los Auditores Externos de la Sociedad correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2013.
3. Distribución de las utilidades del ejercicio 2013 y reparto de dividendos.
4. Exposición respecto de la política de dividendos de la Sociedad e información sobre los procedimientos a ser utilizados en la distribución de los mismos.
5. Determinación de la remuneración del Directorio para el ejercicio 2014.

6. Determinación de la remuneración de los miembros del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2014.
7. Designación de Auditores Externos para el ejercicio 2014.
8. Cuenta de las actividades realizadas por el Comité de Directores durante el ejercicio 2013.
9. Cuenta de las operaciones a que se refiere el artículo 147 de la Ley N° 18.046.
10. Tratar cualquier otro asunto de interés social que sea de competencia de esta Junta, de conformidad con la ley y los estatutos sociales.

Informa además que el derecho a participación a dicha Junta, lo tendrán las personas que figuren inscritas en el Registro de Accionistas de la Sociedad a la medianoche del quinto día hábil anterior al día de su celebración y que la publicación de los Estados Financieros Consolidados de la Sociedad al 31 de diciembre de 2013 se realizó en el sitio Internet de la Sociedad (<http://www.vspt.cl/es/category/informacion-legal-y-corporativa/estado-financiero/>), el 5 de febrero de 2014, dándose cumplimiento a lo dispuesto el artículo 76 de la ley 18.046.



#### 31 de marzo de 2014:

Se informó vía SEIL copia de la respuesta a la Norma de Carácter General N° 341 de la SVS, relativa al 31 de diciembre de 2013 y respuesta a oficio N°27279.

#### 3 de abril de 2014:

Se responde Oficio Circular N° 832 relativo a los efectos del terremoto del 1° de abril de 2014.

#### 9 de abril de 2014:

Se informa aprobación de Dividendo Definitivo N° 18 por la Junta Ordinaria de Accionistas de \$0,136584740 pesos por acción. Se propondrá pagar este dividendo definitivo a contar del día 17 de abril de 2014.

#### 2 de diciembre de 2014:

Se informa aprobación de Dividendo Provisorio N°19 por el Directorio N° 903, celebrado el 1 de diciembre de 2014, de \$ 0,1168065507 pesos por acción. Este dividendo provisorio se pagará a contar del día 09 de enero de 2015.

#### **Información de Interés para el Mercado:**

#### 25 de marzo de 2014:

Se anuncia el cambio de dirección de la Casa Matriz de VSPT y de sus filiales, Viña Altaír S.A., Viña del Mar de Casablanca S.A., Viña Santa Helena S.A., Viñas Orgánicas SPT S.A. y Viña Valles de Chile S.A., todas las que a contar del día lunes 24 de marzo de 2014, se ubican en Avenida Vitacura N° 2670, piso 16, Comuna de Las Condes, Santiago.

#### 9 de abril de 2014:

Se informa que en sesión Extraordinaria de Directorio celebrada con esta fecha, el directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A. tomó conocimiento de la divulgación del hecho esencial del accionista Compañía Chilena de Fósforos S.A., de fecha 1 de abril de 2014, relativo a que el directorio de dicha compañía habría encomendado a Larraín Vial Servicios Profesionales Limitada, una evaluación y análisis para una eventual enajenación del todo o parte de las acciones que dicha compañía posee en Viña San Pedro Tarapacá S.A., y que alcanzan al 30% de las acciones emitidas. Se facultó asimismo a la Administración de la Sociedad para participar

en las reuniones no vinculantes que se efectúen con eventuales compradores, que realice Larraín Vial Servicios Profesionales Limitada.

#### 10 de abril de 2014:

Se informa la toma de conocimiento del directorio de la divulgación del Hecho Esencial del Accionista Compañía Chilena de Fósforos S.A., relativa a eventual enajenación de todo o parte de las acciones que ella posee en Viña San Pedro Tarapacá S.A. (30%) y se informan asimismo las autorizaciones a la administración a participar en las reuniones no vinculantes que efectuó Larraín Vial, en tal sentido.

# Informe sobre Subsidiarias y Asociadas 2014

---





Viña Altaïr S.A., Viña Del Mar de Casablanca S.A., Viñas Orgánicas SPT S.A., Viña Santa Helena S.A., Viña Valles de Chile S.A., Finca Eugenio Bustos S.A., Finca La Celia S.A. y VSPT Limited.

# Informe sobre Subsidiarias y Asociadas

## Razón Social

Viña Altair S.A.

(Altair Vineyards & Winery, Viña Altair - San Pedro, VA S.A.)

RUT: 96.969.180-9

Sociedad Anónima Cerrada Chilena  
Av. Vitacura 2670, piso 16, Las Condes,  
Santiago

## Objeto Social

(a) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos vitivinícolas. b) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación, y exportación, por cuenta propia o ajena de vinos y licores y de las materias primas de los mismos. c) El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de vinos y licores, y de las materias primas de los mismos. d) La explotación de marcas comerciales. e) La prestación de servicios relacionados con los rubros señalados en las letras a) a d) anteriores. f) La representación de empresas nacionales y extranjeras en relación con los rubros y actividades señalados en las letras a) a e) anteriores. g) En general, la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los rubros y actividades señalados en las letras a) a e) anteriores.

## Actividades

La adquisición y desarrollo de marcas comerciales y la explotación de las mismas a través del otorgamiento de licencias a su matriz (Viña San Pedro Tarapacá S.A.).

Capital Suscrito y Pagado:

**M\$ 2.466.161**

Porcentaje de Tenencia:

**100%**

Inversiones sobre Activo de la Matriz:

**1,0009%**

## Directorio

### Presidente

Felipe Joannon Vergara  
(Director, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Directores

René Araneda Largo  
(Vicepresidente Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Germán Del Río López  
(Gerente de Administración y Finanzas,  
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Pedro Herane Aguado  
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Gerente General

Pedro Herane Aguado  
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

## Principales Actividades

Esta sociedad refuerza el compromiso de Viña San Pedro Tarapacá S.A. con la zona geográfica del Alto Cachapoal,

a través de la producción de vinos de categoría Icono y Súper Premium destinados al mercado local y, principalmente, al mercado de exportación.

## Relaciones Comerciales con la Matriz durante 2014:

La Sociedad ha otorgado a VIÑA SAN PEDRO TARAPACA S.A. una licencia de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile.

Viña San Pedro Tarapacá S.A. le otorga soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

## Razón Social

### Viña Del Mar de Casablanca S.A.

#### (Viñamar S.A.)

RUT: 96.993.110 - 9  
Sociedad Anónima Cerrada Chilena  
Av. Vitacura 2670, piso 16, Las Condes,  
Santiago

## Objeto Social

La plantación y explotación de viñas, la elaboración, comercialización, transporte, importación y exportación de vinos y licores por cuenta propia o ajena, la explotación agrícola y ganadera y la prestación de servicios relacionados.

## Actividades

La adquisición y desarrollo de marcas comerciales y la explotación de las mismas a través del otorgamiento de licencias a su matriz (Viña San Pedro Tarapacá S.A.).

Capital Suscrito y Pagado:

**M\$ 8.278.925**

Porcentaje de Tenencia:

**100%**

Inversiones sobre Activo de la Matriz:

**1,9268%**

## Directorio

### Presidente

José Luis Vender Bresciani  
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Directores

René Araneda Largo  
(Vicepresidente Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Germán Del Río López  
(Gerente de Administración y Finanzas, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Pedro Herane Aguado  
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Felipe Joannon Vergara  
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Gerente General

Alejandro Beckdorf Montesinos

## Principales Actividades

Elaborar y comercializar vinos finos, con uvas provenientes principalmente del Valle de Casablanca, como también del Valle Central.

## Relaciones Comerciales con la Matriz durante 2014

La Sociedad ha otorgado a VIÑA SAN PEDRO TARAPACA S.A. una licencia de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile.

Viña San Pedro Tarapacá S.A. proporciona servicios de envasado de vinos a Viña Mar de Casablanca S.A. y le presta soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

## Razón Social

Viñas Orgánicas S.P.T. S.A. (\*)

(Vitivinícola del Maipo S.A., Translog Sursol, Sursol, Videma S.A., Viña Urmeneta S.A., Urmeneta S.A., V.U.S.A., Viña José Tomás Urmeneta S.A. y Viña J.T.U.S.A.)

RUT: 99.568.350 - 4

Sociedad Anónima Cerrada Chilena  
Av. Vitacura 2670, piso 16, Las Condes,  
Santiago

## Objeto Social

a) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas. b) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de toda clase de bebidas, sean éstas vinos, licores, cervezas, o de cualquier naturaleza, alcohólicas o analcohólicas y de las materias primas de las mismas. c) El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden. d) La prestación de servicios relacionados con los mismos rubros. e) La representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y la comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general. f) La prestación de servicios turísticos, hospedaje temporal y similares y expender comidas y bebidas relacionado con la industria vitivinícola. g) El transporte, distribución y comercialización de mercadería, de carga y fletes en el territorio nacional y/o el extranjero, vía terrestre, aérea o marítima, mediante medios de transporte propios o de terceros, en vehículos propios, arrendados o en leasing. h) El transporte de pasajeros en cualquiera de sus formas,

arriendo de maquinarias y equipos, por cuenta propia o ajena; comercialización de insumos para transporte como combustibles, lubricantes, repuestos, piezas y accesorios para vehículos motorizados y prestación de servicios de mantenimiento y reparación de vehículos motorizados. i) La administración y explotación a cualquier título de vehículos de transporte y la representación de personas naturales o jurídicas que presten servicios, arrendamiento de todo tipo de vehículos motorizados, sean de paseo, pasajeros, turismo y/o de carga y toda clase de servicios por medio de tales vehículos. j) El arrendamiento de bienes inmuebles tales como bodegas o centros de almacenamiento o similares. k) Movimiento de carga en todas sus formas, preparación de embalajes para el transporte relacionado con la industria de bebidas alcohólicas y analcohólicas, distribución y colocación de mercadería o productos en puntos de venta incluyendo los diversos canales de distribución, labores administrativas u otros oficios afines y en general toda otra actividad relacionada con los rubros indicados en las letras a) hasta la letra j) anteriores.

## Actividades

La adquisición y desarrollo de marcas comerciales y la explotación de las mismas a través del otorgamiento de licencias a su matriz (Viña San Pedro Tarapacá S.A.).

Capital Suscrito y Pagado:

**M\$ 27.877**

Porcentaje de Tenencia:

**100%**

Inversiones sobre Activo de la Matriz:

**0,7963%**

## Directorio

### Presidente

René Araneda Largo  
(Vicepresidente Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Directores

Germán Del Río López  
(Gerente de Administración y Finanzas,  
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Pedro Herane Aguado  
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Gerente General

Pedro Herane Aguado

## Principales Actividades

Transporte, distribución y comercialización de mercaderías de carga y fletes en el territorio nacional y extranjero, arriendo de maquinaria y equipos por cuenta propia y ajena, administración y explotación a cualquier título de vehículos de transporte.

## Relaciones Comerciales con la Matriz durante 2014

Viña San Pedro Tarapacá S.A. presta soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

(\*) En Juntas Extraordinaria de Accionistas de Viñas Orgánicas SPT S.A. y Vitivinícola del Maipo S.A., ambas celebradas con fecha 16 de mayo de 2014, se aprobó la fusión por absorción de Vitivinícola del Maipo S.A. en Viñas Orgánicas SPT S.A., pasando ésta última a ser la continuadora y sucesora legal de la primera a contar del 17 de mayo de 2014.

## Razón Social

**Viña Santa Helena S.A.**

**(Santa Helena S.A., Vinos de Chile S.A., Vinex S.A. o VSH S.A.)**

RUT: 79.713.460-0

Sociedad Anónima Cerrada Chilena

Av. Vitacura 2670, piso 16, Las Condes, Santiago

## Objeto Social

Producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial los vitivinícolas; la producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de bebidas, sean éstas vinos, licores, cervezas o de cualquier naturaleza, alcohólicas o analcohólicas, y de las materias primas de las mismas; el aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden; la prestación de servicios relacionados con los mismos rubros; la representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y la comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general.

## Actividades

La adquisición y desarrollo de marcas comerciales y la explotación de las mismas a través del otorgamiento de licencias a su matriz (Viña San Pedro Tarapacá S.A.).

Capital Suscrito y Pagado:

**M\$ 85.822**

Porcentaje de Tenencia:

**99,9000 %**

Inversiones sobre Activo de la Matriz:

**0,5887%**

## Directorio

### Presidente

René Araneda Largo  
(Vicepresidente Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Directores

Germán Del Río López  
(Gerente de Administración y Finanzas, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Pedro Herane Aguado  
(Gerente General Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Gerente General

Pedro Herane Aguado

## Principales Actividades

Viña Santa Helena S.A. se dedica principalmente a la exportación de vinos finos, elaborados con uvas provenientes del Valle de Colchagua y otros del Valle Central.

## Relaciones Comerciales con la Matriz durante 2014

La Sociedad ha otorgado a VIÑA SAN PEDRO TARAPACA S.A. una licencia de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile.

Viña San Pedro Tarapacá S.A. presta servicios de elaboración y envasado de vinos a Viña Santa Helena S.A. y le otorga soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informático y asesoría legal.



## Razón Social

### Viña Valles de Chile S.A.

(Viña Leyda S.A.; VDCH S.A.; VL S.A.;  
Viña Urmeneta S.A.; Viña Urmeneta; V.U.  
S.A.; Viña Misiones de Rengo S.A.; VMR;  
Misiones de Rengo)

RUT: 99.531.920-9

Sociedad Anónima Cerrada Chilena  
Av. Vitacura 2670, piso 16, Las Condes,  
Santiago

## Objeto Social

(a) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos vitivinícolas. b) La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación, y exportación, por cuenta propia o ajena de vinos y licores y de las materias primas de los mismos. c) El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de vinos y licores, y de las materias primas de los mismos. d) La explotación de marcas comerciales. e) La prestación de servicios relacionados con los rubros señalados en las letras a) a d) anteriores. f) La representación de empresas nacionales y extranjeras en relación con los rubros y actividades señalados en las letras a) a e) anteriores. g) En general, la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los rubros y actividades señalados en las letras a) a f) anteriores.

## Actividades

La adquisición y desarrollo de marcas comerciales y la explotación de las mismas a través del otorgamiento de licencias a su matriz (Viña San Pedro Tarapacá S.A.).

Capital Suscrito y Pagado (\*):

**M\$24.314.720**

Porcentaje de Tenencia:

**100%**

Inversiones sobre Activo de la Matriz:

**8,2140%**

## Directorio

### Presidente

René Araneda Largo  
(Vicepresidente Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Directorio

Juan Cury Cuneo  
(Gerente Agrícola y de Abastecimiento Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Germán Del Río López  
(Gerente de Administración y Finanzas,  
Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Pedro Herane Aguado  
(Gerente General, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Carlos López Dubusc  
(Gerente de Exportaciones de Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

Gustavo Romero Zapata  
(Director Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Gerente General

Pedro Herane Aguado

## Principales Actividades

Esta sociedad tiene por objeto producir vinos finos en la zona del norte de Chile, en el Valle del Limarí y en la zona central, en el Valle de Leyda, destinados al mercado nacional y principalmente al mercado de exportaciones.

## Relaciones Comerciales con la Matriz durante 2014

La Sociedad ha otorgado a VIÑA SAN PEDRO TARAPACA S.A. una licencia de uso y el derecho para elaborar, fabricar, envasar, vender y promocionar, distribuir y comercializar sus productos en todo el territorio extranjero y en Chile.

Viña San Pedro Tarapacá S.A. le otorga soporte administrativo en las áreas de administración general, abastecimiento, contabilidad, informática y asesoría legal.

Degustación  
Grandes Vinos de San Pedro





## Informe sobre Subsidiarias y Asociadas en el Extranjero

---

### Razón Social

Finca Eugenio Bustos S.A.

CUIT: 30-70788222-7

Sociedad Anónima Cerrada Argentina

Av. San Martín 972, 3er piso, (5500) Ciudad, Mendoza, Argentina

---

### Objeto Social

Comerciales: Mediante la compra y venta y/o permuta, distribución, importación, exportación y comercialización de productos y subproductos agrícolas, en especial relacionados a la vitivinicultura; de mercaderías, maquinarias, bienes muebles en general y sin restricción alguna; patentes de invención, marcas, diseños y modelos industriales relacionados con la actividad agrícola y alimenticia; la prestación de servicios relacionados con esa actividad; comisiones, mandatos, consignaciones y representaciones. Industriales: Mediante la producción, industrialización, fabricación, transformación o elaboración, distribución, importación y exportación de productos y subproductos agrícolas y de toda clase de bebidas con o sin alcohol; sean éstas vinos, licores, cervezas, jugos y de las materias primas de las mismas. Agropecuarias: Mediante la explotación y administración en todas sus formas de establecimientos y predios agrícolas, especialmente bodegas y viñedos. Esto por cuenta propia o de terceros o asociados a terceros, tanto en el país como en el extranjero.

### Actividades

Esta sociedad desarrolla actividades de elaboración, envasado, venta, promoción y comercialización de vinos argentinos bajo marcas propias para el mercado doméstico y exportaciones.

Capital Suscrito y Pagado

**M\$851**

Porcentaje de Tenencia

**100%**

Inversiones sobre activo de la Matriz

**0%**

**Director y Presidente**

Daniel Maranessi Bassi

**Director Suplente**

Alfredo Zavala Jurado

### Principales Actividades

Elaboración y Comercialización de Vinos Finos bajo la marca "Altivo".

## Razón Social

Finca La Celia S.A.

CUIT: 30-70700488-2

Sociedad Anónima Cerrada Argentina

Av. San Martín 972, 3er piso, (5500) Ciudad, Mendoza, Argentina

## Objeto Social

La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación por cuenta propia o ajena, de toda clase de productos agrícolas, en especial de los vitivinícolas. La explotación, administración y arriendo, por cuenta propia o ajena, de predios agrícolas, bodegas, viñedos y establecimientos comerciales del rubro vitivinícola. La producción, industrialización, comercialización, distribución, importación y exportación, por cuenta propia o ajena de toda clase de bebidas, sean estas vinos, licores, cervezas o de cualquier naturaleza, alcohólicas y de las materias primas de las mismas. El aprovechamiento industrial y comercial de los subproductos y derivados de los artículos que anteceden. La prestación de servicios relacionados con los mismos rubros. La representación de empresas nacionales y extranjeras, la distribución y comercialización de los productos nacionales o importados de los bienes anteriormente mencionados y de productos alimenticios en general.

Para su cumplimiento, la sociedad tendrá plena capacidad jurídica para adquirir derechos, contraer obligaciones y realizar todo tipo de actos y operaciones relacionadas con su objeto, que no estén prohibidos por la ley o por sus estatutos.

## Actividades

Esta sociedad desarrolla actividades de elaboración, envasado, venta, promoción y comercialización de vinos argentinos bajo marcas propias o por medio de contratos de licencia o distribución. Esta sociedad desarrolla el negocio de elaboración, embotellado y comercialización de vinos argentinos, para el mercado doméstico y exportaciones.

Capital Suscrito y Pagado:

**M\$ 7.925.084**

Porcentaje de Tenencia:

**100%**

Inversiones sobre Activo de la Matriz:

**1,4598%**

## Directorio

### Presidente:

Sebastián Ríos Dempster  
(Gerente General, Finca La Celia S.A.)

### Directores:

Federico Busso  
(Vicepresidente)

Julio A. Pueyrredon

### Suplentes:

Pedro Herane Aguado  
(Gerente General, Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

René Araneda Largo  
(Vicepresidente Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

### Gerente General:

Sebastián Ríos Dempster

## Principales Actividades

Elaboración de vinos finos con cepas producidas en la finca y adquiridas a terceros. Estos vinos, que se comercializan bajo las marcas "La Celia", "La Consulta" y "Bodega Tamarí", se destinan tanto al mercado argentino como al de exportaciones.

## Razón Social

VSPT Limited

Sociedad Cerrada de Responsabilidad Limitada por Acciones

Domicilio: Inglaterra y Gales.

## Objeto Social

Venta, distribución, importación y exportación de bebidas alcohólicas, por cuenta propia o en representación de terceros

Capital Suscrito:

**2 Libras esterlinas**

Porcentaje de Tenencia:

**100%**

Inversiones sobre Activo de la Matriz:

**0,%**

## Directorio

René Araneda Largo  
(Vicepresidente Viña San Pedro Tarapacá S.A.)

# Hitos 2014

---





Durante el 2014, VSPT estuvo presente en distintas ferias internacionales: ProWein en Düsseldorf, Vinexpo en Hong Kong y The Beautiful South en Londres.



NO  
GUSTA  
EL VIN

CASAS DE LO MATTA  
GALA DEL VINO  
2014



Vinos



NOS  
GUST  
EL V

VSPT es elegida

Viña del año 2014 por Vinos de Chile

## La Celia

Excelentes puntajes para La Celia en Guía

Descorchados Argentina 2015: **91 puntos para Elite y Heritage 2012**

## Viña Misiones de Rengo

91 puntos para Gran Reserva Cuvée Carmenera 2012 y 90 puntos para **Gran Reserva Cuvée Cabernet Sauvignon 2012 en Descorchados 2015**

## Viña San Pedro

1865 Single Vineyard Cabernet Sauvignon entre los **Top 100 Top Values 2014 en Wine Spectator**



## Viña Leyda

En 2014 Viña Leyda

**augmentó sus volúmenes de venta un 68% en mercados clave**

## Tamarí

AR de Tamarí obtiene sobresalientes

**92 puntos en Descorchados Argentina 2015**



## Viña Santa Helena

Presenta

**renovada imagen en su línea de vinos Siglo de Oro**

## La Celia

Nace Proyecto

**Terroir Calcáreo en La Celia**



## Viña San Pedro

Castillo de Molina Pinot Noir

es elegido Vino del Año en Finlandia

## Viña Tarapacá

Tarapacá Gran Reserva Chardonnay 2013 destaca como **Mejor De La Categoría Chardonnay En AWoCA 2014**

Gato Estrena Nuevo

**Vino Cepa Carménère en Chile**





## Manquehuito

Presenta Una Evolucionada Imagen Y Estrena Nuevo Sabor Guaranup

## Viña Tarapacá

Excelentes 93 puntos para Tarapa • Kay 2011 en [Guía Descorchados 2015](#)

## Viña San Pedro

### Castillo de Molina

lanza con éxito campaña "Cell Parking" en Colombia, Finlandia y Brasil.



## Viña San Pedro

1865 Single Vineyard Sauvignon Blanc 2014 obtuvo 94 puntos en [Descorchados 2015](#)

## La Celia

deslumbra con sus malbecs en Wine Enthusiast: Elite 2011 con 91 puntos y Heritage 2011 con 90 puntos



Nuestra Casa de Espumantes inaugura [Restaurante "Macerado" en Viñamar](#)

## Viña Leyda

[Leyda Single Vineyard Neblina 2011](#) elegido Mejor de la Categoría "Otros Blancos" en AWoCa 2014.



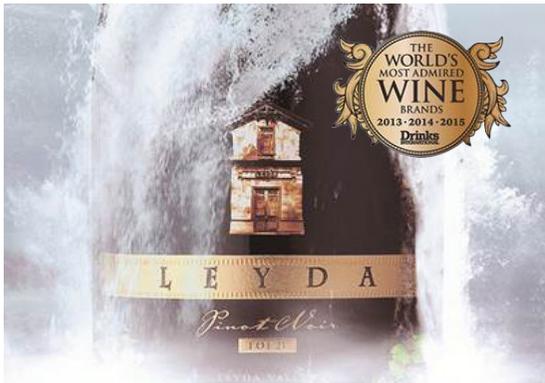
## Viña Santa Helena

92 Puntos para +100 Parras Viejas en [Wine Advocate](#)

VSPT es elegida "Compañía Ética del año" por the Drinks Business en los [Green Awards 2014](#) y segundo lugar como "Compañía Verde del año".

Primera Viña en Sudamérica que recibe estos dos premios simultáneamente.





## Viña Leyda

Leyda nuevamente entre las 50 marcas de vino más admiradas del mundo, según estudio de Drinks International 2014.

### SIP en Chile:

Periodistas de toda Iberoamérica celebran junto a Viña Tarapacá

## Viña Tarapacá

Exitoso Lanzamiento de la segunda cosecha de Gran Reserva Etiqueta Azul en Brasil



## Viña San Pedro

### Dos Top Values

para línea 1865 en Wine Spectator con 1865 Single Vineyard Carmenère 2011 con 91 puntos y 1865 Single Vineyard Sauvignon Blanc 2013 con 90 puntos

## La Celia

recertifica su Fairtrade



## Viña San Pedro

augmentó sus volúmenes de venta de marcas estratégicas un 3%

## Viña Santa Helena

93 puntos para Vernus Sauvignon Blanc 2014 en Guía Descorchados 2015



## La Celia

Pioneer Reserva Cabernet Franc 2012 obtiene 92 puntos en Decanter

VSPT obtiene 42 puntajes sobre los 90 puntos en Guía Descorchados 2015

## La Celia

### Destaca en Wine Advocate

con Heritage Malbec 2011 con 92 puntos y Elite Malbec 2011 con 91 puntos.





## Viña Leyda

Kim Marcus de Wine Spectator destaca con un Top Value y 90 puntos a Leyda Single Vineyard Falaris Hill Chardonnay 2012

Castillo de Molina es nuevamente el vino de la Cena Anual de la Sofofa

## Viña San Pedro

GatoNegro lanza variedad Cabernet Sauvignon Rosé en Suecia



## Viña Tarapacá

aumentó sus volúmenes de venta de marcas estratégicas un 28% en 2014

## Viña San Pedro

Regional Trophy para 1865 Limited Edition Syrah en los Decanter World Wines Awards



## Viña San Pedro

Cabo de Hornos es elegido entre los Editor's Choice y obtiene destacados 92 puntos en Wine Enthusiast

## Viña Santa Helena

Aumenta sus volúmenes de venta un 11% en mercados clave



Misiones De Rengo Lanza Campaña "El Poder De Creer" Con Beto Cuevas

## Viña Leyda

Luis Gutiérrez destaca a 6 vinos de Viña Leyda con sólidos puntajes sobre los 90 Puntos en Wine Advocate.

## Viñamar

Exitoso lanzamiento de Brut Unique de Viñamar





## Viña Leyda

Históricos Puntajes para Leyda en Guía Descorchados 2015, Mejor Sauvignon Blanc para Lot 4 con 96 Puntos y Mejor Syrah para Lot 8 con 95 Puntos.

## Viña San Pedro

Sólidos Puntajes para Grandes Vinos de San Pedro en Guía Descorchados 2015: Altair 2011, el ícono de la bodega, obtuvo 95 puntos; Kankana del Elqui 94 Puntos; Tierras Moradas 2011 Carmenere 93 puntos; Sideral 2011 92 puntos y Cabo de Hornos 2011 con 91 puntos.



VSPT  
Presente en PROWEIN 2014

## Viña Leyda

Leyda Reserva Sauvignon Blanc es el vino chileno mejor rankeado en los TOP 100 Best Buys 2014 de Wine Enthusiast.



## Grandes Vinos de San Pedro

93 puntos para Kankana del Elqui y Tierras Moradas en el reporte del periodista americano, James Suckling



Gato Mundialero  
invita a Eliminar Los Fantasmas De Los Mundiales

## Viña San Pedro

¡1865 Sauvignon Blanc y Syrah visitan la Copa del Mundo 2014!

## Viña Tarapacá

Gran Reserva Etiqueta Negra obtiene destacados 94 puntos en el reporte del periodista James Suckling

# Informe de Sustentabilidad

---





El sólido trabajo y los esfuerzos de años en materia de sustentabilidad llevó a que durante el año 2014 el Grupo tuviese el orgullo de recibir dos reconocimientos históricos: “Compañía Ética del Año”, y un segundo lugar como “Compañía Verde del Año” en los Green Awards 2014.

# Informe de Sustentabilidad

VSPT continúa consolidando su trabajo, bajo cuatro pilares clave: Medioambiente, Medición y Gestión del Agua, Compromiso Social y Bienestar, y Calidad.

El sólido trabajo y los esfuerzos de años en materia de sustentabilidad llevó a que durante el año 2014 el Grupo tuviese el orgullo de recibir dos reconocimientos históricos: “Compañía Ética del Año”, y un segundo lugar como “Compañía Verde del Año” en los Green Awards 2014; concurso de carácter internacional organizado cada año por la prestigiosa revista inglesa, the Drinks Business.

En lo referente a medioambiente y gestión del agua, VSPT continuó implementando iniciativas para mejorar sus indicadores. Desde el año 2006 se desarrolla un importante programa de uso racional de agua, el cual ha sido implementado en todas las bodegas del Grupo. Gracias a éste, en los últimos 5 años hemos logrado reducir nuestro consumo específico de agua en más de 20%, obteniendo un destacable índice de 2,11 litros de agua por litro de vino producido, para el Grupo en su conjunto.

Asimismo VSPT continúa reforzando su compromiso con la sustentabilidad, extendiendo sus prácticas medioambientales y sociales a sus proveedores de uva, a través del Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP).

Desde la perspectiva del compromiso social y bienestar, desde el 2012, VSPT adhiere voluntariamente al Código de Conducta BSCI (Business Social Compliance Initiative), código de ética laboral impulsado por los monopolios escandinavos de alcohol, que respalda las buenas prácticas sociales dentro de la empresa.

En lo relativo a los colaboradores internos, podemos destacar los siguientes aspectos: Capacitación y Desarrollo Personal, Calidad de Vida, Sindicalización, Clima Laboral y Prevención de Riesgos.

## Capacitación y Desarrollo Personal

VSPT cuenta con planes anuales de capacitación, ofreciendo a sus colaboradores oportunidades para adquirir nuevos conocimientos y aprendizajes, que permitan mejorar el desempeño y el desarrollo personal al interior de la compañía. En este sentido, durante el periodo, se realizaron distintos talleres, cursos y programas que buscan reforzar tanto las habilidades técnicas como interpersonales.

Durante el 2014, se capacitó a 531 colaboradores de distintas áreas de la compañía, con una inversión total de 30.711 horas cronológicas, distribuidas en las siguientes categorías de cargo:

Familia de puesto	Participantes	Horas
Gerentes	2	220
Ejecutivos	12	1.464
Profesionales y técnicos	112	7.603
Empleados	120	4.566
Operarios	285	16.858
<b>Total</b>	<b>531</b>	<b>30.711</b>

Dentro de los talleres destacan los realizados en el marco del programa de cultura organizacional, **Ser VSPT**, para capacitar a los colaboradores sobre los valores y competencias transversales de la compañía.

Por otra parte, continuando con la implementación del **Programa OCA** en las plantas productivas, se realizaron 3.373 horas de capacitación a través de distintos talleres, en los cuales fueron capacitados 183 colaboradores.

A nivel técnico, este año se continuó con la realización del **Programa "Operación y Mantenimiento Industrial para la Industria Vitivinícola"**, para las áreas de operaciones y enología, donde los colaboradores asistentes, pudieron adquirir nuevos conocimientos de electricidad industrial, mecánica, neumática y mantenimiento industrial. Durante este año, producto de este programa, fueron certificados con el grado de "Operadores Mantenedores" 30 personas de la bodega de vinos y la planta de envasado de Molina.

En el ámbito de la educación, VSPT cuenta con el **Programa de Nivelación de Estudios**, tanto en enseñanza básica como media. Este programa incentiva a aquellas personas que, por distintas circunstancias no terminaron su ciclo de educación escolar. Y, a través del **Programa VSPT Educa**, se entregan anualmente tres becas técnicas y tres profesionales, a colaboradores que quieren asumir el desafío de estudiar una carrera.

Cabe destacar que en junio de 2014, VSPT fue nuevamente reconocida por INACAP Sede Curicó, con el **Premio Capital Humano**, por la destacada contribución al desarrollo de las competencias y crecimiento laboral de sus trabajadores en la VII Región.

En otro ámbito, se continuó con el **Programa Educar en Familia** a través del taller "Fortalecimiento del rol parental frente al consumo responsable de alcohol".

## Calidad de Vida

Con el objetivo de promover la vida sana se realizó en Casa Matriz la "Jornada de Vida Sana", esta actividad consideró evaluaciones individuales y charlas de alimentación saludable, destacando la importancia del consumo de nutrientes esenciales para prevenir enfermedades.

En el ámbito deportivo, se dio inicio a una nueva versión de la "**Copa Cabernet**", donde participaron colaboradores de distintas instalaciones en mini campeonatos de futbolito, entre los meses de octubre y diciembre.

Por otro lado, como incentivo a la educación, VSPT realizó la entrega de Estímulos Escolares a hijos de colaboradores con buen desempeño en Educación Superior y alumnos con promedios de notas destacados.

## Sindicalización

Durante el año 2014 se concretaron exitosamente tres negociaciones colectivas con organizaciones sindicales de la Sociedad. En los meses de julio y agosto, culminaron los procesos de negociación en buenos términos con los Sindicatos San Pedro, San Miguel, Sindicato Vitivinícola del Maipo y Sindicato Nro. 2 de Viña San Pedro Tarapacá, organizaciones que representan a los colaboradores de los centros de trabajo de Molina, Isla de Maipo y Santiago, respectivamente, pertenecientes –en su mayoría– a las áreas de ventas e industriales de las plantas.

## Clima Laboral

Durante el mes de septiembre se realizó la 13ª versión de la **Encuesta Anual de Clima Organizacional VSPT**, de manera voluntaria, anónima y confidencial tanto en Chile como en Argentina. Se obtuvo una tasa de respuesta del 84%, logrando una alta representatividad en los resultados, los cuales entregaron como indicador global un 74% de satisfacción, resultado 1% superior en relación al año anterior. Cabe destacar que VSPT Argentina obtuvo un 77% de satisfacción, un 3% más que en 2013.

## Prevención de Riesgos

Respecto de los indicadores índice de Accidentabilidad e índice de Siniestralidad, el grupo se mantuvo por debajo de indicadores de la media nacional y por aquellos informados por el organismo administrador del seguro contra accidentes de la Asociación Chilena de Seguridad.

En cuanto a Calidad, durante el periodo, se registraron vigilancias a la Norma OHSAS en las 3 plantas productivas del grupo con excelentes resultados: Lontué, Molina e Isla de Maipo.

# Resumen Financiero

---





El EBITDA fue de MM\$ 31.896, un 58% mayor que en 2013 y la utilidad del ejercicio alcanzó los MM\$ 19.310, un 112% superior al año anterior.

## RESUMEN FINANCIERO MEMORIA 2014

Estado de Resultados	2008 (**) (MM\$)	2009 (MM\$)	2010 (MM\$)	2011 (MM\$)	2012 (MM\$)	2013 (MM\$)	2014 (MM\$)
Ingresos de Explotación	92.671	124.726	132.293	138.348	149.557	152.255	172.349
Margen de Explotación	38.780	46.871	48.417	48.498	53.922	59.391	74.825
Gastos de Administración y Ventas	-28.476	-34.651	-38.161	-31.609	-42.869	-46.478	-50.045
Resultado Operacional(*)	10.304	12.220	10.256	16.890	11.053	12.913	24.780
Gastos Financieros Netos	-865	-1.539	-1.152	-1.312	-1.176	-1.574	-1.648
Utilidad del Ejercicio	5.031	10.490	7.658	13.322	7.564	9.100	19.311
Depreciación y Amort Int.	5.270	6.881	6.472	6.419	6.566	7.239	7.116
EBITDA	15.574	19.100	16.727	23.308	17.619	20.152	31.896
Tipo de Cambio Promedio Nominal (CLP/USD)	522,5	559,6	510,2	483,7	486,5	495,3	570,4
Precio por Acción (al cierre)	3,7	3,8	4,3	3,5	3,1	3,1	5,1
Nº Acciones (millones)	39.970	39.970	39.970	39.970	39.970	39.970	39.970
Utilidad por Acción (\$)	0,13	0,26	0,19	0,33	0,19	0,23	0,48
EBITDA por Acción	0,39	0,48	0,42	0,16	0,44	0,50	0,80
Capitalización Bursátil (\$MM)	147.888	152.281	170.671	139.894	123.107	123.666	202.646

Números IFRS

(\*) Resultado Operacional no incluye otras ganancias (perdidas)

(\*\*) Incluye 4 Trimestre Viña Tarapacá.

### Ingresos de Explotación (MMS)

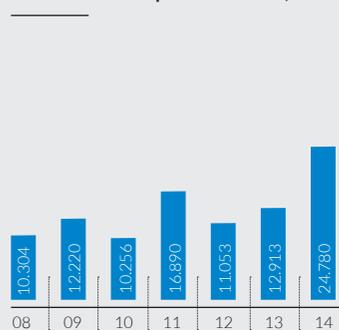


### EBITDA (MMS)

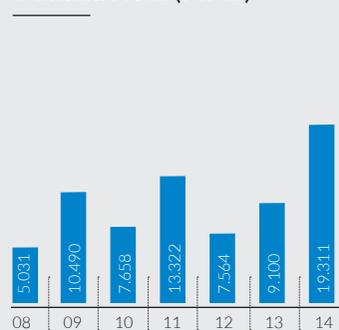


Balance General	2008 (MM\$)	2009 (MM\$)	2010 (MM\$)	2011 (MM\$)	2012 (MM\$)	2013 (MM\$)	2014 (MM\$)
Activo Circulante/Corriente	102.424	102.602	101.605	110.461	108.061	118.087	131.405
Activo Fijo + Otros Activos/Activo No Corriente	159.539	159.770	156.571	159.563	162.636	159.644	165.740
Total Activos	261.962	262.372	258.176	270.025	270.697	277.731	297.145
Pasivo Circulante/Corriente	43.304	39.859	36.697	53.288	51.214	50.948	64.528
Pasivo de Largo Plazo/No Corriente	37.063	38.867	35.204	29.753	30.673	34.386	34.636
Patrimonio e Interés Minoritario	181.595	183.646	186.275	186.984	188.810	192.397	197.981
Total Pasivos y Patrimonio	261.962	262.372	258.176	270.025	270.697	277.731	297.145
Deuda Financiera	44.586	31.893	25.954	28.672	32.554	34.730	31.951
Tipo de Cambio de Cierre Nominal (CLP/USD)	636,5	507,1	468,0	519,2	478,6	523,8	607,4

### Resultado Operacional (MMS)



### Utilidad Neta (MMS)



# Declaración de Responsabilidad

---

Los Directores y el Gerente General que suscriben esta Memoria, por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2014, declaran bajo juramento que el contenido de ella es veraz conforme a la información que han tenido en su poder.

**Pablo Granifo Lavín**  
Presidente  
Rut: 6.972.382-9

**René Araneda Largo**  
Vicepresidente  
Rut: 5.849.993-5

**Carlos Mackenna Iñiguez**  
Director  
Rut: 4.523.336-7

**Felipe Joannon Vergara**  
Director  
Rut: 6.558.360-7

**Patricio Jottar Nasrallah**  
Director  
Rut: 7.005.063-3

**Jorge Luis Ramos Santos**  
Director  
Rut: 48.147.062-5

**Philippe Pasquet**  
Director  
Rut: 48.090.105-3

**Gustavo Romero Zapata**  
Director  
Rut: 5.546.329-8

**José Luis Vender Bresciani**  
Director  
Rut: 5.024.651-5

**Pedro Herane Aguado**  
Gerente General  
Rut: 11.677.304-K

La presente Declaración de Responsabilidad ha sido suscrita por los Directores y por el Gerente General, conforme lo dispone la Norma de Carácter General N° 30, y se encuentra en poder de la Sociedad.

Santiago, marzo de 2015.

## Propiedades e instalaciones

### PLANTAS PRODUCTIVAS

- Planta de Envasado y Bodega de Vino, Camino San Pedro s/n, Lontué, VII Región
- Planta de Envasado, Bodega de Vinificación y Vino, Fundo San Pedro, Km. 205 Ruta 5 Sur, Molina, VII Región
- Planta de Envasado, Bodega de Vinificación y Vino, Fundo El Rosario de Naltahua, Isla de Maipo, Región Metropolitana
- Bodega de Vinificación y Vino, Totihue, VI Región

### PREDIOS AGRÍCOLAS

- San Ramón, Valle del Maipo, Región Metropolitana
- Viña Tarapacá, Fundo El Rosario de Naltahua, Isla de Maipo, Región Metropolitana
- Fundo El Huique, Palmilla, Provincia de Colchagua, VI Región
- Los Pocillos, Chépica, VI Región
- Totihue, Requinoa, VI Región
- Pencahue, Talca, VII Región
- San Miguel, Molina, VII Región
- San Pedro, Molina, VII Región
- La Huerta, Molina, VII Región
- Santa Blanca, Molina, VII Región

### PROPIEDAD DE VIÑA DEL MAR DE CASABLANCA S.A.

- Viñedos y Bodega de Vinos Viña Mar, Ruta 68, Casablanca, V Región
- Viñedos Casa Rivas, Fundo El Parrón, María Pinto, Región Metropolitana

### PROPIEDAD DE VIÑA VALLES DE CHILE S.A. (ANTES VIÑA MISIONES DE RENGO S.A.)

- Viñedos Leyda, San Antonio, V Región
- Viñedos Misiones de Rengo (Santa Sofía), Rengo, VI Región

### PROPIEDAD DE FINCA LA CELIA S.A.

- Bodega y Viñedos, San Carlos, Mendoza, Argentina

### ARRENDAMIENTOS

- Fundo Santa Ximena (Quillayes), Rengo, VI Región
- Fundo El Tránsito (Maipo Alto), Isla de Maipo, Región Metropolitana
- Bodega y Fundo Santa Helena, San Fernando, Colchagua, VI Región
- Bodega de Vinificación y Guarda Patacón, Camino Casablanca, Molina, VII Región
- Bodega de Vinificación y Guarda Don Marcial, San Javier, VII Región

### DEPARTAMENTO DE ACCIONES

Huérfanos N° 770, piso 22, Santiago  
Teléfono (56-2) 23939003, Fax (56-2) 23939315

### AUDITORES EXTERNOS

Pricewaterhouse Coopers Consultores, Auditores y Cía. Ltda.

### CLASIFICADORES DE RIESGO:

Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Ltda.  
ICR Compañía Clasificadora de Riesgo Ltda.

### VENTAS EN MOLINA:

Tienda Molina  
Ruta 5 Sur, Km. 205, Molina, VII Región  
Fono (56-75) 491-517 (anexo 531)  
Fax (56-75) 491-417  
e-mail: vtamolí@ccu.cl

### PARA RESERVAS Y VISITAS CONTACTAR A

- Viña San Pedro, Molina  
Pamela Plana C.  
Fono (56-75) 2281584  
Móvil (56-9) 9741 5861  
e-mail: tour@vspt.cl

- Viña Tarapacá, Isla de Maipo  
Claudia Díaz M.  
Fono (56-2) 2819 2785 (anexo 171)  
cdíaz@vspt.cl

- Bodega Grandes Vinos de San Pedro, Totihue  
Fernanda Cedeño M.  
Fono (56-2) 2477 5598  
Móvil (56-9) 82098979  
fcedeno@vspt.cl

- Viñamar, Casablanca  
Daniel Mesa G.  
Fono (56-32) 275 4300  
turism@vspt.cl

- La Celia, Mendoza  
Federico Colombo P.  
Fono (54-261) 413 4400 (Anexo 2631)  
Móvil (54-9-261) 156391631  
fcolombo@vspt.com.ar

vspt.wine.group

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