



Informe de
Sustentabilidad
2011





I.	Mensaje del Gerente General	05
II.	Perfil Corporativo	07
	Nuestra Estructura Corporativa	10
	Nuestras Marcas	11
	Nuestra Misión	12
	Nuestros Pilares Estratégicos	13
	Políticas y Normativas de CCU	14
	CCU y el Pacto Global	17
	Membresías	17
III.	Alcance del Informe y diálogo con los Grupos de Interés	19
	Acerca de este Informe	21
	Cambios Significativos	22
	Índice del Contenido Global Reporting Initiative (GRI)	22
	Participación de los Grupos de Interés	22
IV.	Dimensión Económica	25
	Desempeño Económico	27
	Presencia en el Mercado	29
V.	Dimensión Social	31
	CCU y sus Trabajadores	33
	CCU junto a sus Clientes y Consumidores	56
	CCU, Gobierno Corporativo y Accionistas	67
	CCU siempre cerca de la Comunidad	71
	CCU y sus Proveedores: Colaboración y Confianza	86
VI.	Dimensión Ambiental	91
	Sustentabilidad Mediambiental de CCU 2011-2020	93
	Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medio Ambiente	96
	Nuestros Hitos 2011	98
	Utilización Responsable y Eficiente de los Recursos	100
	Difundiendo la Conciencia Ecológica en la Comunidad	110
VII.	Reconocimientos a CCU	113
VIII.	Indicadores de Sustentabilidad GRI	117

Índice



Un mundo de sabores



“Al hacer una análisis del año 2011, podemos decir que supimos afrontar desafíos y cumplir nuestras metas. Para lograrlo tuvimos que recorrer el único camino que conozco que tiene que ver con el **compromiso, el profesionalismo, el interés y la pasión**”.

Mensaje del Gerente General



A nombre de CCU los saludo cordialmente y los invito a revisar nuestro Informe de Sustentabilidad 2011. Con el afán de estar en permanente contacto con nuestros públicos objetivos, hemos desarrollado este informe desde el año 2005, buscando informar a la comunidad sobre qué hacemos y cómo lo hacemos. En nuestra operación buscamos siempre trabajar de acuerdo a lo que establece nuestra Misión:

“En CCU nos gusta el trabajo bien hecho, por el bien de las personas. Y nos hemos propuesto como misión, gratificar responsablemente a nuestros consumidores, en todas sus ocasiones de consumo, mediante marcas de alta preferencia”.

Al hacer un análisis del año 2011, podemos decir que supimos afrontar desafíos y cumplir nuestras metas. Para lograrlo tuvimos que recorrer el único camino que conozco que tiene que ver con el compromiso, el profesionalismo, el interés y la pasión. El trabajar bien cada día cuando las circunstancias resultan favorables, pero aún con más intensidad cuando éstas sean desfavorables.

El trabajo así vivido se constituye en una auténtica maravilla. La maravilla de saber y conocer cada día más, de emprender con pasión, la maravilla de transformar nuestro trabajo en una fuente de ingresos, pero sobre todo, en una forma de contribuir decididamente al bien de los demás. Un trabajo bien hecho nos beneficia personalmente y causa mucho bien a todos los que reciben sus frutos.

Hemos consolidado nuestro Informe a partir de las pautas y directrices recomendadas por el Global Reporting Initiative (GRI-G3), considerando las Dimensiones Económica, Social y Ambiental.

Profundizando en los índices reportados, quisiera comenzar con la Dimensión Económica. El 2011 fue un muy buen año para CCU, con resultados muy satisfactorios y aunque tuvimos que enfrentar complicaciones en materia de costos y gastos, diferentes acciones nos permitieron mitigar los efectos adversos y crecer en forma rentable. Las exportaciones de cerveza de CCU Argentina a Paraguay, el desarrollo del negocio de la Sidra en Argentina y el avance en el mercado de los licores agregando las marcas de Pernod Ricard y Bauzá al portafolio de productos fueron algunas de los elementos que constituyen avances en el cumplimiento del Plan Estratégico 2011-2013 que CCU hizo público el año 2010. Todo lo anterior, permitió que los ingresos por ventas fueran 15,7% superiores a los obtenidos en 2010, alcanzando la Compañía, un nuevo máximo

histórico con la venta de 18,4 millones de hectolitros, y una utilidad también histórica de \$122.752 millones.


En el ámbito de la Dimensión Social, continuamos con nuestros programas dirigidos a la comunidad. En materia de Consumo Responsable de Alcohol, nuestro programa “Educar en Familia CCU” cumplió más de once años de historia y continuó con los talleres para padres y apoderados en colegios e instituciones públicas, sobresaliendo el 2011 por la realización de charlas a los integrantes de Carabineros de Chile en Santiago y Concepción, y 22 talleres a los funcionarios de Gendarmería de Chile e internos de los Centros Penitenciarios de San Miguel y Santiago I, proyecto que ya lleva 5 años de ejecución.

En materia de Arte y Cultura, logramos concretar un gran anhelo que fue la entrega de nuestra Beca de Arte CCU, la que estamos seguros será un aporte fundamental a la difusión de la cultura en Chile. Este primer año, el premio lo obtuvo la artista nacional, Alejandra Prieto.

Por último, en la Dimensión Ambiental, como CCU hemos dado un paso muy importante. En el Informe anterior mencionamos y nos comprometimos en el desarrollo de nuestra visión Medioambiental 2020 que apuntaba a cumplir tres objetivos: Disminuir la generación de los gases efecto invernadero (o huella de carbono) en 20% por hectolitro producido, incrementar la valorización de los residuos industriales a 100% y disminuir el consumo del recurso hídrico en 33% por hectolitro producido. En 2010 medimos el punto de partida de los indicadores representativos de los tres objetivos y al año 2011 sometimos, a la auditoría de PricewaterhouseCoopers, los progresos logrados en cada una de las metas y con satisfacción, hoy podemos entregar un promisorio primer estado de avance el cual se puede ver en detalle en la Dimensión Ambiental de este reporte.

Al igual que todos los años, CCU trabajó en base a sus tres pilares estratégicos sobre los cuales construye su futuro: Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad, que implica asegurar el máximo beneficio para nuestros accionistas, y de la misma forma asegurar que nuestra operación promueva el desarrollo económico, social y ambiental de futuras generaciones. Fue posible hacerlo y con satisfacción podemos decir que 2011 fue un año muy positivo como empresa.

Agradezco a nuestros consumidores, clientes, proveedores, trabajadores y accionistas por su preferencia, lealtad y confianza. Los invito a revisar los contenidos con detención, darnos su opinión y conocer en profundidad cómo en CCU trabajamos para desarrollar nuestro negocio en armonía con el entorno y la comunidad.


Atentamente
Patricio Jottar N.
Gerente General
CCU S.A.



CCU



Perfil
Corporativo





Más de 160 años de historia avalan la tradición de CCU,

desde que se estableció la primera fábrica de cervezas en Valparaíso en 1850 hasta hoy, cuando nuestra Compañía se presenta como una empresa diversificada en la producción de bebidas y alimentos listos para consumir, con presencia en Chile y Argentina.

Indicadores Reportados

2.1

2.2

2.3

2.4

2.5

2.6

2.7

4.8

4.13

HR6

HR7

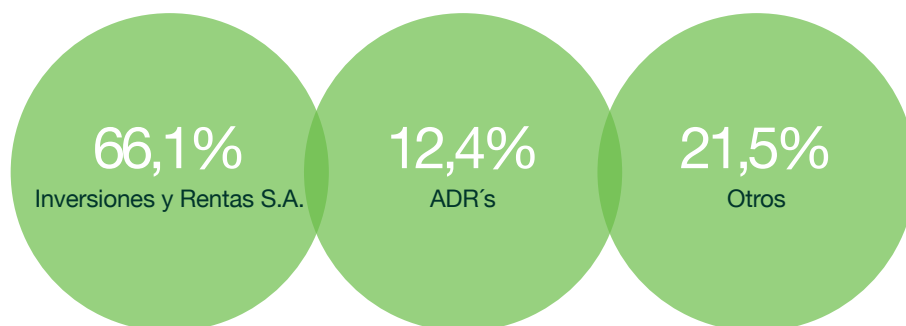
Perfil de CCU



CCU es una sociedad anónima abierta, que se rige por las leyes de Chile y Argentina, y sus acciones son transadas en los mercados bursátiles de Chile y en la Bolsa de Valores de Nueva York. Sus principales accionistas al 31 de diciembre de 2011 son: Inversiones y Rentas S. A. (IRSA), sociedad controladora que tiene directa e indirectamente el 66,1% de las acciones de CCU. IRSA a su vez es una sociedad de propiedad, en partes iguales, de Quiñenco S. A., holding del grupo Luksic, y de Heineken Chile Ltda. El free flote correspondiente al 33,9% de las acciones se encuentran en la forma de ADR (12,4%) y de acciones (21,5%), de propiedad de inversionistas minoritarios.

En 2011, CCU comercializó 18,4 millones de hectolitros (HL) de bebestibles, en comparación a los 17,3 de 2010, con los que atendió a clientes con patente de alcohol y sin alcohol del comercio minorista, integrado por supermercados, restaurantes, botillerías, almacenes, fuentes de soda y otros.

Accionistas

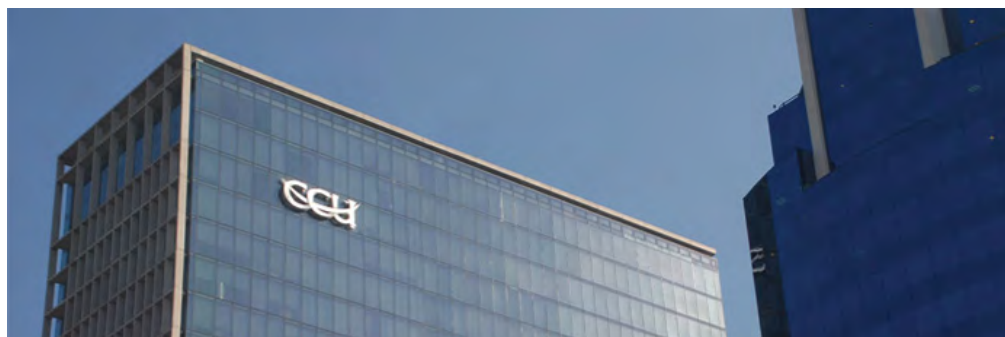


CCU es:

- ▶ **El mayor actor del mercado de las cervezas en Chile y el segundo cervecero en Argentina.**
- ▶ **El segundo mayor productor en el segmento de las gaseosas y el mayor embotellador de agua mineral y néctares en Chile.**
- ▶ **El segundo mayor productor de vinos.**
- ▶ **Uno de los mayores fabricantes de licores.**
- ▶ **Un actor relevante en la industria de los productos listos para consumir.**

Además, CCU mantiene contratos de licencia con Heineken Brouwerijen B.V., Anheuser-Busch Incorporated, PepsiCo Inc., Paulaner Brauerei AG, Schweppes Holdings Limited, Guinness Brewing Worldwide Limited, Nestlé S.A, Société des Produits Nestlé S.A. y Nestec S.A.

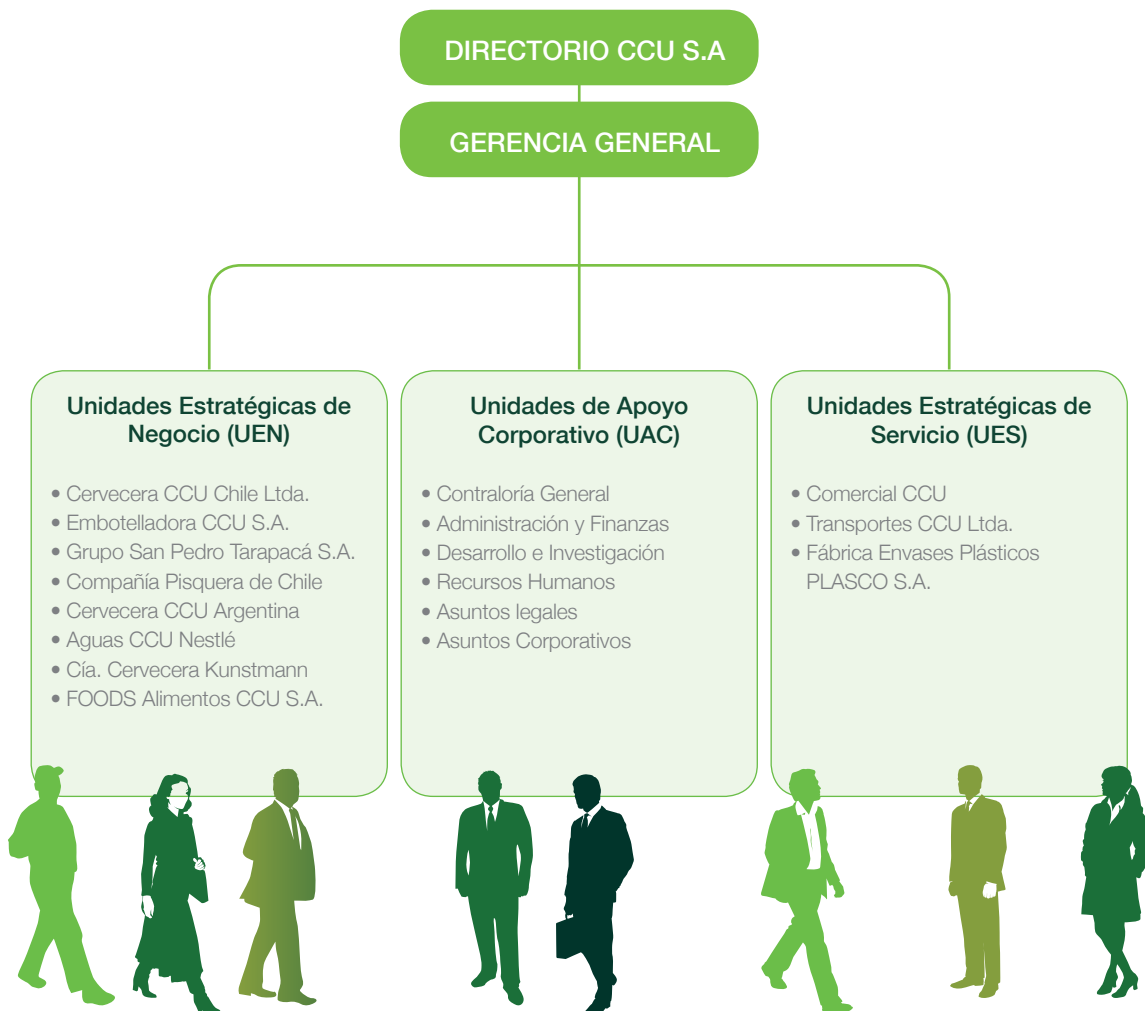
Las oficinas corporativas de CCU S.A. se ubican en Vitacura 2670, Las Condes.



1 Nuestra Estructura Corporativa

En CCU trabajan más de cinco mil setecientas personas que desarrollan sus labores en alguna de las distintas unidades de la Compañía:

- **Unidades Estratégicas de Negocio (UEN):** Su trabajo se centra en la producción, comercialización y marketing de los productos de la Compañía, y busca satisfacer las necesidades de consumidores y clientes. Las UEN de CCU son Cervecería CCU Chile, Embotelladora CCU S.A., Grupo San Pedro Tarapacá S.A., Compañía Pisquera de Chile, Cervecería CCU Argentina, Aguas CCU Nestlé, Compañía Cervecería Kunstmann y FOODS Alimentos CCU S.A.
- **Unidades de Apoyo Corporativo (UAC):** Entregan servicios corporativos a todas las UEN en las áreas de Contraloría, Administración y Finanzas, Desarrollo e Investigación de Mercado, Recursos Humanos, Asuntos Legales y Asuntos Corporativos.
- **Unidades Estratégicas de Servicio (UES):** Proporcionan a las UEN servicios estratégicos especializados en torno a la logística y distribución de sus productos en todo Chile y la producción de envases. Las UES de CCU son Comercial CCU, Transportes CCU Ltda. y la Fábrica de Envases Plásticos PLASCO S.A.



2. Nuestras Marcas

CCU gratifica responsablemente a sus consumidores en sus distintas ocasiones de consumo, mediante un amplio portafolio de marcas, productos y formatos:



Cervezas en Chile

En Chile, por medio de su filial Cervecera CCU Chile, lidera el mercado con Cerveza Cristal en sus versiones Lager y CERO, 0°. Se suman a su portafolio las marcas Escudo, Royal Guard, Morenita, Dorada, Lemon Stones, Heineken, Budweiser, Paulaner, Austral, Kunstmann y D'olbek.



Cervezas en Argentina

Cervecera CCU Argentina elabora las marcas Schneider, Imperial, Salta, Santa Fe, Palermo, Bieckert, Córdoba, Budweiser y Heineken. Es distribuidora exclusiva de Guinness, Corona, Negra Modelo, Paulaner, Kunstmann y Birra Moretti.

Además, a partir de 2010, participa en el mercado de la sidra con las marcas Sidra Real, Sidra La Victoria y Sáenz Briones 1888, y de otros licores mediante la marca EL Abuelo.



Vinos

CCU cuenta con su filial Grupo San Pedro Tarapacá S.A. que reúne a las viñas San Pedro, Tarapacá, Santa Helena, Misiones de Rengo, Altair, Viña Mar y Casa Rivas en Chile, además de Finca La Celia y Bodega Tamarí en Argentina, y la coligada Viña Valles de Chile (que incluye las viñas Leyda y Tabalí). Por medio de Grupo San Pedro Tarapacá S.A., CCU llega a más de 80 países en el mundo.



Licores

Compañía Pisquera de Chile, produce y comercializa las marcas de pisco Mistral, Control C, Horcón Quemado, Tres Erres, Campanario, Ruta Norte y La Serena. En la categoría Ice Premium Blend participa con Mistral Ice.

En materia de ron cuenta con Sierra Morena y Cabo Viejo, y en licores con Fehrenberg. En 2011 estableció alianzas estratégicas para la distribución de las marcas de Pernod Ricard y Pisco Bauzá.



Gaseosas

Embotelladora CCU S.A., produce y comercializa las marcas Bilz y Pap, Kem y Nobis, además de las marcas licenciadas de PepsiCo, 7Up y Pepsi, y de Schweppes Holdings Limited, Crush, Limón Soda, Canada Dry Ginger Ale y Canada Dry Agua Tónica.



Jugos y Néctares

A través de Promarca, propiedad compartida en partes iguales con Watt's S.A., CCU participa en el mercado de los néctares de fruta. A su vez, en el ámbito de las bebidas lácteas, cuenta en su portafolio con las marcas YoguYogu y Shake a Shake.



Aguas Minerales, purificadas y saborizadas

Por medio de su filial Aguas CCU Nestlé, la Compañía cuenta con las marcas Cachantun, Mas de Cachantun, Mas Woman de Cachantun, Porvenir, Perrier y Nestlé Pure Life.



Bebidas Funcionales

CCU comercializa la bebida isotónica Gatorade, las energéticas SOBE Adrenaline Rush, Kem Xtreme, y el té helado Lipton Ice Tea.



Alimentos listos para consumir

Con su filial FOODS Alimentos CCU S.A, la Compañía participa en el negocio de los productos alimenticios listos para consumir (Ready to Eat) en tres categorías: cereales con la marca Natur, productos homeados con la marca Nutra Bien y confites con Calaf.

3. Nuestra Misión

De acuerdo con la definición contenida en el Plan Estratégico 2011-2013 la Misión de CCU es:

“En CCU nos gusta el trabajo bien hecho, por el bien de las personas. Y nos hemos propuesto como misión, gratificar responsablemente a nuestros consumidores, en todas sus ocasiones de consumo, mediante marcas de alta preferencia”.

Para CCU “**el trabajo bien hecho**” significa aspirar a la excelencia operacional en cada uno de sus procesos, y se expresa en la calidad del servicio a sus clientes, en la confianza que imprime en todos sus desarrollos, y en las mejores prácticas de su gestión. CCU cuenta con un Proceso Directivo de Calidad que permite alinear e inspirar a toda la organización bajo un concepto integral de calidad, que de manera transversal apoya el Plan Estratégico de toda la Compañía.

Por el bien de las personas, implica que CCU actúa no solamente buscando el legítimo beneficio propio, sino que busca también el beneficio de sus trabajadores, accionistas, consumidores, clientes y comunidad en general.

Gratificar responsablemente a nuestros consumidores, implica que CCU busca por medio de sus productos que los consumidores disfruten y vivan buenos momentos en forma responsable.

Mediante marcas de alta preferencia, significa que CCU es una empresa orientada al marketing, y que vela por construir marcas fuertes y valoradas en la mente y en el corazón de sus consumidores.

12



4. Nuestros Pilares Estratégicos

CCU desarrolla su negocio basándose en tres orientaciones estratégicas:

Rentabilidad: su objetivo es maximizar el valor de los negocios en su dimensión actual, optimizar el capital empleado e incrementar los márgenes directos, reduciendo gastos y generando eficiencia operacional en todos sus procesos.

Crecimiento: su objetivo es incrementar la dimensión actual del valor de los negocios vía nuevos productos, atendiendo nuevas necesidades, nuevos canales, nuevas ocasiones de consumo y entrando a nuevos negocios y categorías.

Sustentabilidad: su objetivo es asegurar el valor de la Compañía a largo plazo sobre bases de rentabilidad y crecimiento, fundamentadas en la consideración de que la empresa busca perdurar en el tiempo y debe contribuir a que ocurra lo mismo con el medio ambiente.

RENTABILIDAD

Su objetivo es maximizar el valor de los negocios en su dimensión actual, optimizar el capital empleado e incrementar los márgenes directos, reduciendo gastos y generando eficiencia operacional en todos sus procesos.

CRECIMIENTO

Su objetivo es incrementar la dimensión actual del valor de los negocios vía nuevos productos, atendiendo nuevas necesidades, nuevos canales, nuevas ocasiones de consumo y entrando a nuevos negocios y categorías.

SUSTENTABILIDAD

Su objetivo es asegurar el valor de la Compañía a largo plazo sobre bases de rentabilidad y crecimiento, fundamentadas en la consideración de que la empresa busca perdurar en el tiempo y debe contribuir a que ocurra lo mismo con el medio ambiente.



5. Políticas y Normativas

CCU cuenta con diversas políticas, procedimientos, reglamentos y otros documentos que orientan el actuar de quienes trabajan en la Compañía o que se relacionan de algún modo con esta.

Dichos documentos están contenidos en la “Biblioteca de Políticas y Procedimientos”, disponibles en su Intranet con el objetivo de que todo el personal pueda acceder a ellos. De los más de 3 mil documentos que se encuentran publicados, mil corresponden a políticas y procedimientos que se aplican a nuestros negocios y operaciones y que fueron revisados y actualizados durante el año 2011, junto con la incorporación de nuevo material. Los otros documentos están relacionados con la implementación de normas ISO y HCCP, entre otras.

a) Código de Conducta en los Negocios

Los criterios, pautas y reglas aplicables a todos los trabajadores de CCU y sus filiales están reunidos en el “Código de Conducta en los Negocios”, documento que debe ser utilizado en el ejercicio laboral para mantener siempre altos estándares de conducta en las actividades que desarrolla cada uno de los integrantes de CCU.

El “Código de Conducta en los Negocios” de CCU establece guías en los siguientes ámbitos:

- ♦ Principios y valores generales de la Compañía
- ♦ Cumplimiento de la ley y normas reglamentarias
- ♦ Conflictos de interés
- ♦ Exactitud de la información
- ♦ Información confidencial
- ♦ Información privilegiada
- ♦ En relación con la competencia
- ♦ En relación con los clientes
- ♦ En relación con los proveedores
- ♦ En relación con la comunidad y el medio ambiente
- ♦ Políticas contables
- ♦ Independencia de los auditores externos
- ♦ Conducta y deberes del Directorio y ejecutivos principales
- ♦ Controles internos
- ♦ Fraude
- ♦ Procedimiento de denuncias
- ♦ Comité de conducta en los negocios
- ♦ Comité de divulgación



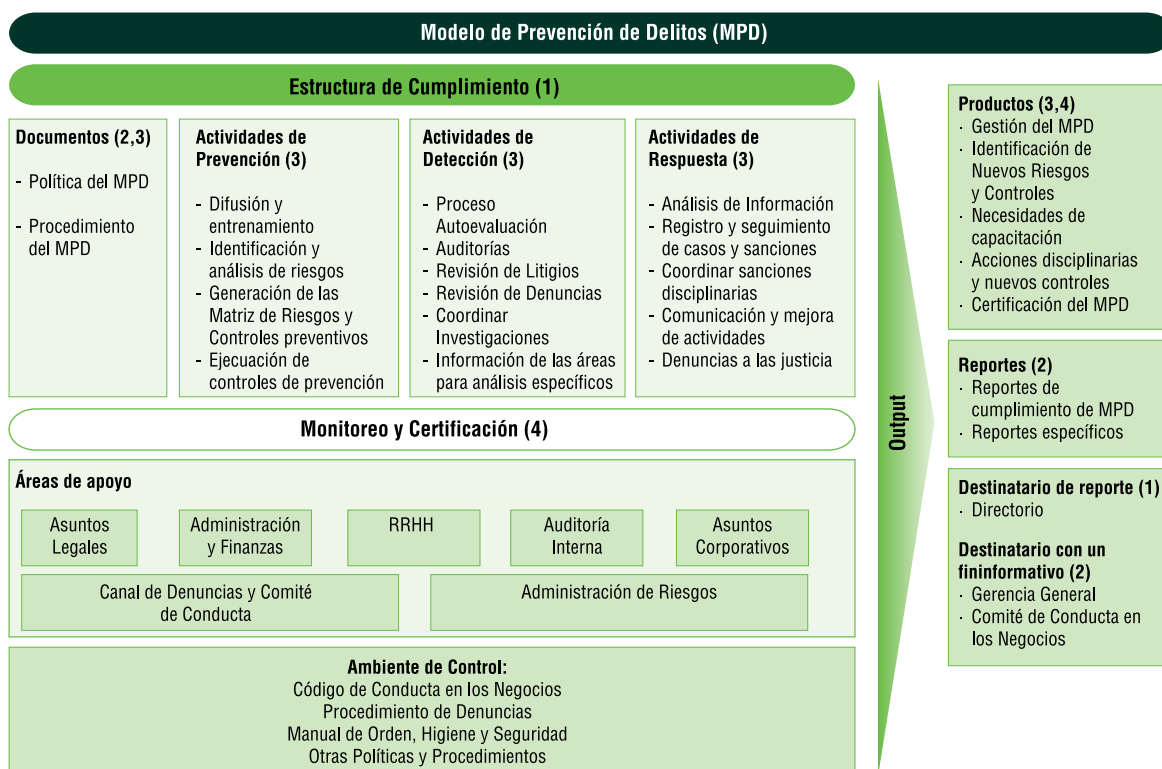
Con el propósito de contribuir al conocimiento y entendimiento de su contenido, CCU durante el 2011, entregó este documento a todo el personal que ingresó a la Compañía. Estos contenidos se refuerzan en la inducción corporativa, en la que han participado más de 140 personas. Adicionalmente, mantiene disponible en su Intranet el curso sobre el Código de Conducta en los Negocios, al que pueden acceder libremente todos sus trabajadores.

Un mayor detalle en relación con los ámbitos del Código de Conducta en los Negocios de CCU, como el Procedimiento de Denuncias, el Comité de Conducta en los Negocios y el Comité de Divulgación, se encuentra en el capítulo “**CCU, gobierno corporativo y sus accionistas**” de este informe (Pág. 67).

b) Política de Prevención de Delitos

CCU ha implementado una Política de Prevención de Delitos, que contiene un Modelo de Prevención de Delitos (MPD). Su objetivo es prevenir los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y cohecho a funcionario público nacional o extranjero -que pueden cometer sus dueños, controladores, responsables, ejecutivos principales, representantes o quienes realicen actividades de administración y supervisión o personas naturales que estén bajo la dirección o supervisión directa de alguno de los anteriormente mencionados- que vayan en beneficio de la Compañía.

El MPD de CCU y filiales contiene todos los elementos que le permiten cumplir con su deber de supervisión y dirección de acuerdo con lo señalado en la Ley 20.393. Es por ello que durante el año 2011, como una de las actividades de prevención, se inició un proceso de difusión del MDP a todos sus funcionarios.



Referencia numerales Art. 4 ley 20.393:

1. Designación con un encargado de prevención por los Directorios de todas las Personas Jurídicas.
2. Definición de medios y facultades del encargado de prevención de delitos.
3. Establecimiento de un sistema de prevención de los delitos.
4. Supervisión y certificación del sistema de prevención de delitos.

c) Política Medioambiental CCU

Todas las actividades y procesos productivos de CCU buscan operar en armonía con el medio ambiente, la eficiencia energética y la optimización de los recursos. Para regular dichas acciones se estableció la Visión Medio Ambiental 2020 de CCU.

Para mayor información revisar la sección **Dimensión Ambiental** de este informe (Pág. 91).

c) Política de Alcohol CCU

CCU es una empresa de productos listos para consumir con una amplia oferta para todas las edades y ocasiones de consumo, entre los cuales está la categoría de bebidas con alcohol. La Compañía considera que el alcohol, como la mayoría de los productos alimenticios, es beneficioso si se ingiere en forma moderada y responsablemente y perjudicial si se hace en exceso.

Mediante el documento “Política de Alcohol CCU” que se entrega a cada trabajador al ingresar a la Compañía, así como a todos sus asesores externos, tales como oficinas de comunicación, agencias de publicidad o productoras, CCU orienta a todos sus colaboradores en el fiel cumplimiento de las normas relativas a los productos con alcohol:

Principios de Política de Alcohol CCU:

1. CCU cumple con la legislación vigente en los países en los que desarrolla sus negocios.
2. Para CCU, el consumo responsable de alcohol es compatible con un estilo de vida balanceado y positivo.
3. CCU se compromete con la promoción del consumo responsable de alcohol.
4. CCU exige un comportamiento responsable de todos sus trabajadores en su consumo de alcohol.
5. CCU informa sobre sus actividades relacionadas con la “Política de Alcohol CCU”.
6. CCU desarrolla sus comunicaciones comerciales con responsabilidad.
7. CCU exige que la implementación de la “Política de Alcohol CCU” sea obligatoria para todas sus empresas relacionadas.
8. CCU busca contribuir con todas sus acciones a que la sociedad sea cada día mejor.

16



d) CCU: Código sobre Comunicaciones Responsables

En coherencia con su “Política de Alcohol CCU”, la Compañía entrega a cada uno de sus colaboradores en las áreas de marketing y comerciales el documento “CCU: Código sobre comunicaciones comerciales responsables”, orientado a autorregular la publicidad, ventas y eventos especiales de sus negocios con alcohol de acuerdo con los más altos estándares de responsabilidad corporativa.

e) Política Comercial de CCU

Tiene por finalidad contar con un instrumento general que refleje las políticas comerciales y que sirva de guía en el desarrollo de la gestión comercial que CCU y sus filiales realizan.

Para más información revisar la sección **Dimensión Social** en el capítulo **CCU Junto a sus Clientes y Consumidores** (Pág. 56).

6. CCU y el Pacto Global

Desde 2003, CCU adhiere a los principios del Pacto Global, acuerdo internacional que promueve la Organización de las Naciones Unidas.

Nacido en 2000, el Pacto Global invita a las empresas a adoptar diez principios universales:

DERECHOS HUMANOS

- 1- Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.
- 2- También, deben evitar verse involucradas en abusos a los derechos humanos.

NORMAS LABORALES

- 3- Las empresas deben respetar la libertad de asociación y reconocer el derecho a la negociación colectiva.
- 4- Deben eliminar toda forma de trabajo forzoso y obligatorio.
- 5- Deben propiciar la abolición del trabajo infantil.
- 6- Deben además eliminar la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

MEDIO AMBIENTE

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

ANTICORRUPCIÓN

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

7. Membresías

CCU participa en diversas asociaciones, gremios e iniciativas del sector público y privado, que incluyen el ámbito industrial, publicitario y comercial.

Entre ellas se encuentran Asociación de Cerveceros Latinoamericanos, Asociación de Cerveceros de Chile (ACECHI), Vinos de Chile A.G., Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANBER), Asociación Chilena de Empresas de Bebidas Espirituosas Pro Consumo Responsable (APROCOR), Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), Acción RSE, Generación Empresarial, Cámara Chileno Croata, Comisión Nacional de Educación de Tránsito (CONETRA) y las iniciativas gubernamentales: Elige Educar, Elige Vivir Sano y Sello Pro Pyme.







Alcance del Informe
y Diálogo con los
**Grupos
de Interés**



El presente Informe de Sustentabilidad **considera el ejercicio 2011 de CCU y de las filiales que consolidan**, es decir, que entregan sus resultados al balance de CCU tanto en Chile como en Argentina.



Indicadores Reportados

- 2.9
- 3.1
- 3.2
- 3.3
- 3.4
- 3.5
- 3.6
- 3.7
- 3.8
- 3.9
- 3.10
- 3.11
- 3.13
- 4.14
- 4.15
- 4.16

1 . Acerca de este Informe

A partir de 2005, CCU reporta anualmente sus actividades de acuerdo con la guía generada por el Global Reporting Initiative (GRI). De esta manera, el Reporte de Sustentabilidad CCU 2011 se estructura a partir de la Dimensión Económica, Social y Ambiental, así como también de acuerdo con los tipos de públicos con los que la Compañía interactúa, reportando la relación con sus trabajadores, clientes y consumidores, accionistas, comunidad y proveedores en cada uno de sus capítulos.

Otros indicadores que la Compañía considera para sus propias mediciones son:

- Para la Dimensión Ambiental se utilizaron los datos generados por la nueva Visión Medioambiental de CCU 2020 y el Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medio Ambiente, un modelo que sistematiza y homologa los indicadores medioambientales de las plantas de la Compañía.
- Para la Dimensión Económica, se analizaron los datos de la Memoria Anual CCU 2011.
- Para la Dimensión Social se recopiló información de distintos modelos de gestión de la Compañía.

Los contenidos se definieron analizando los intereses de los públicos con los que CCU se relaciona. Asimismo, se consideraron aspectos internos de la Compañía como nuestra Misión, nuestros pilares estratégicos y compromisos, así como nuestras Políticas y Códigos internos.

Toda la información incluida ha sido validada por cada una de las áreas responsables.

Este informe se realizó de acuerdo con la versión actualizada del GRI G3, lo que contribuye a la continuidad y coherencia en el tiempo de la información entregada, tanto en su contenido como en su forma, haciendo posible la comparación de los datos.

De acuerdo a la clasificación de los reportes de sustentabilidad del GRI, este documento corresponde al Nivel B de aplicación de los indicadores.

Para posibilitar su difusión, además de la edición digital, el Informe de Sustentabilidad CCU está disponible en la página web de nuestra compañía. (www.ccu.cl).

Para más información, contactar a:
Gerencia Asuntos Corporativos CCU
Tel: 427 3000
Fax: 427 3333
Correo electrónico: cvallejo@ccu.cl
Dirección: Vitacura 2670, Las Condes



2. Cambios Significativos

No se registraron cambios significativos en relación con 2010. Tampoco se modificó el período informativo del Informe.

3. Índice del Contenido Global Reporting Initiative (GRI)

Este Informe cuenta con un índice, en el que se detallan todas sus secciones y contenidos del presente Informe de Sustentabilidad CCU 2011.

De la misma manera, la tabla de contenidos de indicadores del GRI reportados está detallada en la sección Indicadores de Sustentabilidad GRI (Pág. 118).



22

4. Participación de los Grupos de Interés

CCU desarrolla sus negocios enfocada en establecer y mantener la confianza, cercanía y respeto de sus trabajadores, clientes y consumidores, accionistas, proveedores, autoridades, líderes de opinión y comunidad en general.

Trabajadores: La preocupación por el bienestar de los trabajadores de CCU y sus familias es un tema primordial en la Compañía, ya que son su motor de desarrollo, y quienes comparten la convicción por un trabajo bien hecho y, además, son el capital esencial para mantener y acrecentar el liderazgo de CCU en el mercado.

Clientes: CCU mantiene una estrecha relación con sus clientes, a quienes considera socios principales para un crecimiento conjunto. Para la Compañía, sus clientes son el puente a través del cual sus marcas están siempre disponibles para millones de consumidores, y entiende esta relación como una asociación estratégica en la que todos deben beneficiarse.

Consumidores: parte fundamental de la misión de CCU es gratificar responsablemente a sus consumidores. La Compañía realiza esta tarea gracias al profundo conocimiento que tiene de ellos para adelantarse o reaccionar a sus necesidades; a la calidad de sus productos, que se logra con el esfuerzo, compromiso y rigurosa metodología con que trabajan todos los que forman parte de la organización; a la innovación, que está presente en la gestión de todas las unidades de la Compañía, y a la información clara y las comunicaciones responsables hacia nuestros consumidores.

Accionistas: la política de Comunicación y transparencia de CCU garantiza que todos sus accionistas tengan acceso a información relevante y actualizada en forma íntegra, oportuna y veraz. Esta información permite a los accionistas y a potenciales inversionistas formarse opiniones claras acerca de los negocios que conduce la Compañía.

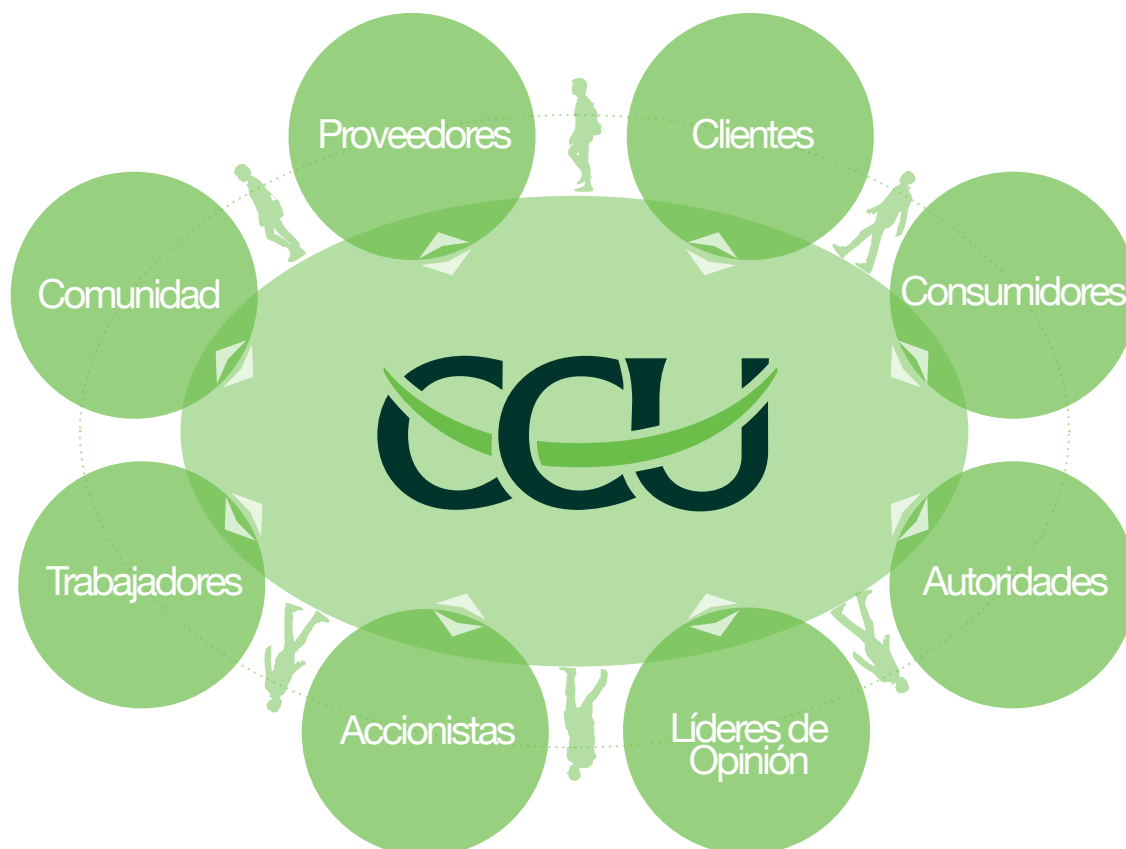
Proveedores: CCU establece con sus proveedores relaciones responsables, basadas en la mutua confianza, en el respeto a las normas y al medio ambiente, y, especialmente, en la búsqueda por ofrecer productos de mejor calidad a clientes y consumidores.

Autoridades: es parte de la política de CCU cumplir con todas las exigencias y mantenerse en permanente contacto con las autoridades pertinentes. A su vez, CCU participa en iniciativas que representen un verdadero aporte para la comunidad.

Líderes de Opinión: como Compañía estamos entregando periódicamente información sobre el comportamiento de la empresa y sus innovaciones para que los líderes de opinión tengan conocimiento sobre el actuar de nuestra Compañía.

Comunidad: buscando ser un agente activo en el bienestar de la comunidad, CCU participa y apoya programas ligados al consumo responsable de alcohol, deporte, cultura y apoyo solidario, siempre focalizados en el aspecto de la educación.

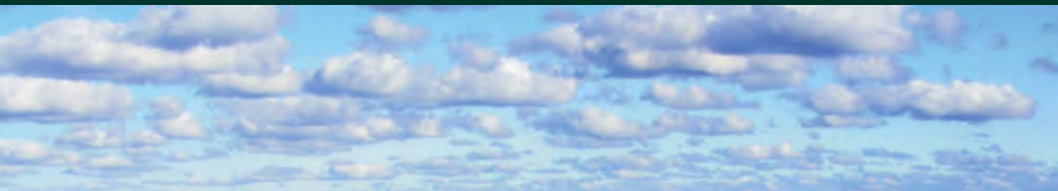
El compromiso de CCU con sus distintos grupos de interés se detalla en la sección **Dimensión Social** del presente Informe (Pág. 31).





CRISTAL
CERVEZA

CERVEZA CRISTAL LAGER
Cerveza elaborada con ingredientes seleccionados.
Cerveza de de el año 1850.



Dimensión
Económica



Un año de Desafíos y Crecimiento

2011 fue un gran año para CCU con resultados muy satisfactorios, a pesar de que la Compañía debió enfrentar un escenario desfavorable en materia de costos y gastos, pues recién comenzado el año subieron los precios de las materias primas, petróleo y electricidad. CCU puso en marcha un Plan de Contingencia focalizado en materias de precios, gastos, inversiones, innovaciones y nuevos proyectos, lo que permitió mitigar los efectos adversos y crecer en forma rentable. Entre las medidas adoptadas estuvo la anticipación del ajuste de precios de ventas, el desarrollo del negocio de sidra en Argentina como un paso en la dirección a la multicategoría, la exportación de cerveza desde CCU Argentina a Paraguay y el desarrollo de alianzas estratégicas con Pernod Ricard y Pisco Bauzá.

26



Indicadores Reportados

EC1 EC3 EC4 EC6 EC7

1. Desempeño Económico

En 2011, CCU logró un nuevo volumen histórico. La Compañía terminó el año con un récord de 18,4 millones de hectolitros vendidos en comparación con los 17,3 millones del año 2010. Por su parte, los ingresos por venta crecieron 15,7% llegando a \$969.551 millones, el EBIT aumentó 17,7%, totalizando \$190.760 millones, y el EBITDA se incrementó 15,1%, alcanzando \$238.542 millones. Estas cifras incluyen ítems excepcionales. La utilidad neta aumentó 10,9%, lo que equivale a \$122.752 millones.

La Compañía da a conocer públicamente sus resultados de manera trimestral y además publica su Memoria Anual CCU y el 20-F con información específica para inversionistas y público en general. Para más detalles visitar www.ccuinvestor.com.

Ventas en Millones de Pesos por Segmento														
(\$ MM)	Cervezas en Chile		Cervezas en Argentina		Bebidas no alcohólicas		Vinos		Licores		Otros		Total	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Ingresos por venta a clientes externos	286.373	312.495	154.179	198.094	219.993	244.556	132.274	138.324	41.780	49.853	3.660	26.229	838.259	969.551
Ingresos por venta entre segmentos	1.608	522	2.184	87	3.483	3.953	19	24	1.438	1.083	-8.732	-5.669	0	0
Total	287.981	313.017	156.363	198.181	223.476	248.509	132.293	138.348	43.218	50.936	-5.072	20.560	838.259	969.551
% cambio	8.7		26.7		11.2		4.6		17.9		-		15.7	

*Los totales pueden no sumar la cifra que se señala por efecto de redondeo de decimales.

“Estamos creciendo nuestra participación de mercado en los negocios ready to drink, asimismo evaluando oportunidades de ingresar a un tercer país y participar en el mercado lácteo en Chile”.

Stephen Koljatic,
Gerente Desarrollo CCU S.A.

Valor económico generado

Valor económico distribuido en millones de \$	
Costo de Ventas	450.563
Gastos de Administración (*)	327.843
Pagos a Inversionistas	55.350
Impuestos a las Ganancias	44.890
Donaciones a la Comunidad	723

* Corresponde a gastos de administración, comercialización, distribución y otros gastos e ingresos por función.



Inversionistas: CCU cuenta con una Política de Dividendos que reparte como mínimo el 50% de las utilidades líquidas del año. Durante 2011 declaró dividendos por \$55.350 millones a sus accionistas.

Impuestos: Durante el período que cubre este documento, CCU generó en impuestos un total de \$44.890 millones, \$17.234 más que en 2010, debido principalmente a los mejores resultados antes de impuesto junto con una mayor tasa de impuesto corporativo en Chile, el efecto de las fluctuaciones de tipo de cambio, al acuerdo alcanzado con el SII referente a un caso pendiente y mayores resultados en Argentina los cuales están gravados con una tasa de impuesto mayor.

Donaciones a la Comunidad: CCU destinó durante 2011 recursos con fines sociales y deportivos, a proyectos educacionales, institutos profesionales, universidades y a instituciones culturales, entre otros, equivalente a \$723 millones.

Balance general consolidado

	Al 31 de diciembre de 2010	Al 31 de diciembre de 2011
ACTIVOS	MM \$	MM \$
Total activos corrientes	446.282	542.546
Total activos no corrientes	705.407	755.946
Total activos	1.151.689	1.298.491
PASIVOS		
Total pasivos corrientes	236.958	350.771
Total pasivos no corrientes	299.657	262.935
Total pasivos	536.615	613.706
PATRIMONIO NETO		
Capital emitido	231.020	231.020
Otras reservas	-37.119	-35.174
Resultados retenidos	311.754	373.130
Subtotal patrimonio atribuible a los tenedores de acciones	505.655	568.976
Participaciones minoritarias	109.419	115.810
Total patrimonio neto	615.074	684.786
Total pasivos y patrimonio neto	1.151.689	1.298.491



Cobertura de las obligaciones de la organización para planes de pensiones

La Ley Nacional de Fondos de Pensión establece un sistema independiente de planes de pensión administrado por las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP).

Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos

La Compañía se acoge a beneficios del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) y se acoge a los beneficios tributarios de la Ley de Donaciones Educativas, la Ley de Donaciones Culturales y la Ley del Deporte. En otros aspectos, CCU no recibe subsidios ni ningún otro tipo de ayuda financiera significativa del Gobierno.

2. Presencia en el Mercado

Mercados y participación de los segmentos

CCU participa de los negocios de cerveza, vino, bebidas gaseosas, aguas embotelladas, néctares, licores y confites en el territorio nacional, y cerveza, vino y sidra en Argentina. Además, está presente en el resto del mundo a través de las exportaciones de vino de su filial Grupo San Pedro Tarapacá.

Participaciones de mercado 2011								
Cervezas en Chile *	Cervezas en Argentina **	Gaseosas***	Aguas Embotelladas***	Néctares ***	Vino Doméstico ***	Vino Exportación Envasado****	Pisco *****	Ron *****
80,2%	22,9%	25,1%	50,6%	55,7%	24,6%	12,1%	49,3%	14,7%

* Cierre 2011. Fuente: Estimación Interna CCU

** Cierre 2011. Fuente: Estimación Interna CCU Argentina

*** Cierre 2011. Fuente: Nielsen. Incluye Gaseosas, Funcionales y Té.

**** Cierre 2011. Fuente: Asociación Viñas de Chile

***** Estimado de Cierre 2011. Fuente: Estimación Interna CCU

Relación con proveedores locales y extranjeros.

La Compañía cuenta con aproximadamente 5.800 proveedores locales en los países en los que opera, los que representan el 93% del total de empresas con las que se abastece.

Para más detalles referirse al capítulo "CCU y sus Proveedores" en la **Dimensión Social** de este Informe (Pág. 86).

Procedimientos para la contratación local

La contratación de CCU se hace de manera local, en la comunidad en la que opera sus negocios. Esta práctica se da a todo nivel de trabajadores y ejecutivos.





EN ESTAS FIESTAS DE FIN DE AÑO
CUIDA TU VIDA
CRUZA CON RESPONSABILIDAD



A man in a dark suit and light-colored trousers is walking across the foreground from left to right.

A man wearing a green shirt, blue jeans, and a white cap is holding the left end of the banner.

A man wearing a green shirt, blue jeans, a white cap, and a black fanny pack is holding the right end of the banner.



Dimensión
Social



Un mundo de sabores

Más cerca de la Comunidad

CCU busca estar en contacto y recibir las opiniones de todos los públicos con los que interactúa: trabajadores, clientes, proveedores, autoridades, líderes de opinión, accionistas y la comunidad en general. **Trabajamos para entregar productos de calidad y excelencia**, pero también para que nuestra operación genere un impacto positivo en quienes nos relacionamos.

En 2011 continuamos con programas de desarrollo, beneficio y protección para nuestros trabajadores y sus familias. También profundizamos la relación con nuestros clientes ampliando programas de capacitación, destacando “Negocio Redondo”, una iniciativa que entrega herramientas para una mejor administración de sus locales. En materia de consumidores nos enfocamos en investigar sus preferencias y gratificarlos responsablemente. Con la comunidad continuamos desarrollando actividades y campañas para difundir el Consumo Responsable de Alcohol, el Deporte, el Apoyo Solidario y en especial el Arte, al entregar, por primera vez, la Beca Arte CCU.

32



Indicadores Reportados

LA 1

LA 3

LA 4

LA 6

LA 7

LA 8

LA 10

LA 11

LA 13

LA 14

HR6

HR7

CCU y sus Trabajadores



1. Dotación CCU

La mayor riqueza y fortaleza de CCU radica en las personas que la integran. Más de cinco mil setecientas personas trabajan en la Compañía y constituyen su motor de desarrollo, comparten la convicción por una labor bien hecha, y son el capital esencial para mantener y acrecentar el liderazgo de CCU en el mercado.

Empresas (datos 2011)	Gerentes, Ejecutivos y Profesionales	Empleados y Operarios	Total General
CCU S.A.	341	55	396
Cervecera CCU Chile Ltda.	191	390	581
Embotelladora CCU S.A. (ECCUSA) ¹	152	757	909
Grupo San Pedro Tarapacá S.A. ²	369	816	1.185
Compañía Pisquera de Chile S.A.	64	153	217
CCU Argentina	382	639	1.021
PLASCO S.A.	18	118	136
Transportes CCU Ltda.	156	726	882
Comercial CCU S.A.	88	280	368
Compañía Cervecera Kunstmann S.A.	17	46	63
Total	1.778	3.980	5.758

(1) ECCUSA incluye Vending y Aguas CCU Nestlé.

(2) Incluye Viña San Pedro, Viña Tarapacá, Viña Santa Helena, Vitivinícola del Maipo, Viña Mar, Viña Misiones de Rengo, Viña Valles de Chile y Finca La Celia.

Por su parte, FOODS Alimentos CCU cuenta con una dotación de 367 personas y Cervecería Austral S.A. con 73.

La antigüedad media de empleados en CCU es de 8 años.

“La labor del 2011 tuvo tres aspectos principales de avance: la consolidación del Comité de Desarrollo, el fuerte avance en materia de disponibilidad de información para la toma de decisiones de Supervisión y la obtención sostenida de buena percepción del servicio prestado a nuestros usuarios”.

Pablo de Vescovi,
Gerente Corporativo de RRHH CCU S.A.

5.758
personas
trabajan en CCU

2. Beneficios para los Trabajadores

Anualmente CCU busca potenciar su programa de beneficios con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus trabajadores. En 2011, la Compañía mantuvo el porcentaje de trabajadores beneficiados con respecto al año 2010.

Más de 3.400 trabajadores gozan de asignaciones, bonos y aguinaldos en determinadas épocas del año. Adicionalmente, de acuerdo a la naturaleza de sus labores, se entrega vestuario de trabajo y movilización.

Beneficios otorgados a los Trabajadores		2010	2011	2010	2011
Dotación total CCU		5.490	5.758	5.490	5.758
Empresa	Gerentes	N° de Beneficiarios		Porcentaje de Trabajadores con Beneficio	
Asignación de escolaridad	Cantidad de dinero otorgada al trabajador de acuerdo a los hijos que acrediten cursar algún nivel de escolaridad.	3.367	3.537	61%	61%
Bono Feriados	Cantidad de dinero otorgada al trabajador cuando hace uso de a los menos 10 días de Vacaciones.	3.367	3.537	61%	61%
Aguinaldo Fiestas Patrias y Navidad	Beneficio en dinero durante las Fiestas Patrias y de Navidad.	3.367	3.537	61%	61%
Bono Movilización	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su traslado al lugar de trabajo.	3.367	3.537	61%	61%
Transporte de acercamiento turnos nocturnos	Movilización otorgada por CCU que facilita el acercamiento del trabajador al lugar de trabajo en horarios con poca movilización pública.	4.399	4.525	80%	79%
Vestuario de trabajo	Vestuario otorgado por la empresa según la naturaleza de las labores.	3.591	3.771	65%	65%
Fiesta de Navidad Familiar	Beneficio que entrega a los funcionarios un momento de camaradería y esparcimiento en compañía de su familia con motivo de la Navidad.	4.489	4.609	82%	80%
Regalo de Navidad a hijos de funcionarios	Regalo de la Compañía a los hijos menores de 12 años de los funcionarios con motivo de la Navidad.	4.489	4.609	82%	80%
Regalo de canasta familiar.	Beneficio que busca compensar los gastos en que incurre el trabajador durante las Fiestas Navideñas.	4.489	4.609	82%	80%
Bonos matrimonio (dinero y días de vacaciones)	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su matrimonio.	3.232	3.537	59%	61%
Gastos de fallecimiento familiar directo	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo del fallecimiento del algún familiar directo.	3.322	3.537	61%	61%
Seguro de Vida	Cantidad de dinero (Prima) pagada por la empresa a las compañías de seguros por cada trabajador.	3.187	3.481	58%	60%
Asignación de natalidad	Cantidad de dinero otorgada por motivo del nacimiento de un hijo del trabajador.	3.232	3.537	59%	61%
Servicio de bienestar/Seguro de Salud	Cantidad de dinero pagada por la empresa a los Servicios de Bienestar o Prima de Seguro de Salud por cada trabajador.	2.738	2.463	50%	43%
Sistema de incentivos (bonos)	Cantidad de dinero pagada por la empresa a los trabajadores, en función de la productividad y estándares de Rendimiento de la Compañía.	3.636	3.883	66%	67%

3. Relación con los Trabajadores



La política de CCU es de apertura a la formación y desarrollo de sindicatos. Se garantiza la más completa libertad de asociación. En Chile, alrededor del 58% de la dotación de la Compañía está sindicalizada y existen actualmente 48 sindicatos.

El proceso de negociación colectiva se desarrolla normalmente, primando en el planteamiento y debate de las ideas un diálogo directo, franco y respetuoso. Los resultados generales de las últimas negociaciones han sido fructíferos para las partes.

4. Ambiente de Trabajo Respetuoso

CCU considera a cada uno de sus empleados como una persona integral con responsabilidades y compromisos laborales, familiares y con la comunidad. La Compañía rechaza tajantemente toda forma de trabajo forzoso y no emplea a menores de edad.

Para CCU es prioritario promover un ambiente laboral de respeto mutuo, por lo que crea las condiciones necesarias de seguridad, dignidad y equidad para que sus empleados puedan desempeñar su trabajo sin ningún tipo de intimidación, discriminación o acoso.

Clima Organizacional

Para analizar el entorno interno, anualmente se realiza un proceso formal de encuestas para medir y administrar el clima organizacional, que es concebido como indicador de la sustentabilidad de la Compañía y que a partir de 2002 se realiza al 100% del personal.

Análisis Clima Organizacional CCU S.A. y sus filiales							
Porcentaje de Satisfacción Laboral							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
CCU S.A.	78%	78%	82%	85%	85%	85%	83%
Cervecera CCU Chile Ltda.	75%	83%	80%	76%	80%	78%	78%
Embotelladora CCU S.A. (ECCUSA)	66%	65%	67%	73%	79%	78%	78%
Grupo San Pedro Tarapacá S.A.	67%	66%	67%	67%	69%	69%	70%
Compañía Pisquera de Chile S.A.	71%	78%	74%	71%	72%	67%	68%
CCU Argentina	71%	71%	73%	73%	72%	77%	70%
PLASCO S.A.	70%	64%	67%	67%	68%	65%	76%
Transportes CCU Ltda.	68%	73%	70%	74%	79%	79%	78%
Comercial CCU S.A.	ND	78%	74%	75%	82%	87%	86%
Compañía Cervecera Kunstmann S.A.	ND	ND	ND	55%	54%	81%	83%
FOODS Alimentos CCU S.A.	51%	46%	46%	ND	57%	53%	52%*
Aguas CCU-Nestlé Chile S.A.	ND	ND	ND	72%	77%	74%	78%
Consolidado	70%	72%	72%	73%	77%	77%	76%

* El resultado consolidado no considera el resultado de FOODS Alimentos CCU S.A.

Porcentaje en relación al Clima Laboral	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Sé lo que se espera de mi trabajo	82	85	83	82	87	85	85
Dispongo de los recursos necesarios para hacer mi trabajo	66	68	70	69	75	74	73
Puedo utilizar mis capacidades, habilidades y conocimientos en mi trabajo	79	79	80	80	84	82	82
Se reconoce mi buen trabajo	60	62	62	60	68	64	63
Se entregan posibilidades de desarrollo acordes a las oportunidades que se generan	49	53	53	54	62	58	60
Mi trabajo tiene relación con los objetivos de mi empresa	89	89	88	89	91	90	90
Existe en mi departamento o sección preocupación por realizar un trabajo bien hecho	84	83	83	83	86	85	84
Soy informado periódicamente acerca de la marcha de mi unidad y de la empresa	61	66	64	65	73	70	70
En mi departamento o sección se toma en cuenta el interés de los demás	60	63	63	60	70	68	67
Los medios de comunicación que se utilizan son los adecuados y cumplen con su función	64	67	67	66	73	72	72
Las condiciones de seguridad al interior de la compañía son adecuadas	75	75	76	75	78	77	78
Me siento orgulloso de trabajar en CCU	ND	ND	ND	83	89	86	88
En mi departamento / sección se trabaja en equipo	ND	ND	ND	77	81	81	85
Estoy satisfecho con mi empresa	77	75	77	76	83	82	77
Consolidado	70	72	72	73	77	77	76

Igualdad de oportunidades

La política de Recursos Humanos de CCU afirma que “el personal es nuestro principal recurso” y que entre los principios básicos que serán aplicados con el objetivo de obtener una eficaz administración de los recursos humanos, está el “proveer condiciones tales que el personal sea seleccionado y promovido por mérito, sin otras consideraciones como raza, religión u otros”.

La política se refleja en el Manual de Reclutamiento y Selección para asegurarse que la persona elegida sea la más idónea y que reúna los requisitos en cuanto a conocimientos, habilidades, características personales y experiencia específica según el cargo que desempeñará. Asimismo, afirma que “la Empresa no discriminará ni por sexo, religión o raza a los candidatos”.

Esta filosofía, también presente en el Código de Conducta en los Negocios CCU, busca asegurar la igualdad de oportunidades para todos sus trabajadores y para quienes postulen a un empleo en esta Compañía, sin consideraciones de nacionalidad, edad, raza, religión, sexo, aptitudes físicas al tratarse de decisiones de reclutamiento, capacitación, compensación, promoción y otras relativas a su personal.

En CCU las mujeres participan en la mayoría de las actividades de la Compañía. De las empresas que consolidan, la participación es mayor en CCU S.A., mientras que la más baja es en PLASCO S.A.

Para efectos de la administración de la remuneración, CCU no hace distinciones entre hombres y mujeres para un mismo cargo.





Distribución porcentual de trabajadores de CCU y sus filiales, por género, a diciembre de 2011

Empresa	% Mujeres	% Hombres
CCU S.A.	36	64
Cervecera CCU Chile Ltda.	10	90
Embotelladora CCU S.A. (ECCUSA)	8	92
Grupo San Pedro Tarapacá S.A.	22	78
Compañía Písquera de Chile S.A.	13	87
CCU Argentina	7	93
PLASCO S.A.	2	98
Transportes CCU Ltda.	5	95
Comercial CCU S.A.	5	95
FOODS Alimentos CCU S.A.	38	62
Compañía Cervecera Kunstmann S.A.	17	83
Total	14	86

5. Prevención de Riesgos

CCU y sus empresas filiales gestionan la prevención de riesgos y salud ocupacional de sus trabajadores con una visión integral, impulsando y apoyando diferentes iniciativas tendientes a cambiar conductas en las personas para disminuir el número de accidentes y generar mejores condiciones ambientales de trabajo en sus instalaciones.

La Compañía ha seguido avanzando en la implementación de una estrategia tendiente a consolidar una gestión preventiva en materia de prevención de riesgos, seguridad industrial e higiene ambiental, cultivando la responsabilidad de los propios trabajadores para internalizar en la organización conceptos de control de comportamientos críticos, eliminando de este modo conductas permisivas.

Índice de Accidentabilidad de CCU y sus filiales					
Empresa	Promedio de trabajadores (*)	N° de accidentes	Días perdidos	Tasa de Accidentabilidad	Tasa de Riesgo o Siniestralidad
CCU S.A.	413	3	6	0,73	1,4
Cervecera CCU Chile Ltda.	612	14	615	2,28	100,5
CCU Argentina	1.195	81	1.390	6,78	116,4
Embotelladora CCU S.A. (ECCUSA)	855,2	42	548	4,90	64,1
Aguas CCU Nestlé Chile S.A.	94	5	44	5,31	46,77
Grupo San Pedro Tarapacá S.A.	1.926	55	696	2,85	36,0
Compañía Písquera de Chile S.A.	281	20	185	7,11	65,76
PLASCO S.A.	142	10	132	7,77	91,17
Transportes CCU Ltda.	957	55	772	5,56	80,56
Comercial CCU S.A.	385	10	135	2,60	31,0
FOODS Alimentos CCU S.A.	436	123	1.554	28,2	356,4
Compañía Cervecera Kunstmann S.A.	65,2	5	35	7,66	53,6
Total	6.925	300	4.558	4.33	65.82

* Promedio de trabajadores incluye a todos los de planta y de temporada durante 2011

Comentarios por empresa

1.- CCU S.A.

El 2011 ocurrieron dos accidentes menos que en 2010, por lo que bajó la Tasa de Accidentabilidad de 1,2 a 0,73. A diferencia de años anteriores, la tasa de riesgos o siniestralidad disminuyó considerablemente en 227%.

Durante todo el año la gestión de prevención de riesgos ha sido liderada principalmente por el Comité Paritario de Higiene y Seguridad, que incorpora a todos los niveles de la organización en su programa y actividades anuales de prevención.

Para el 2012 el desafío es trabajar en el desarrollo del departamento de prevención de riesgos y dar cumplimiento a todo el marco legal vigente, a través de sistemas de gestión, reglamentos y constitución de comité paritario de faena entre otros.



“Los resultados en seguridad y salud ocupacional son alentadores. Se lograron indicadores nunca antes vistos y estos resultados de clase mundial, se manifiestan en las filiales donde se implementaron sistemas integrados de gestión con metas al 2013”.

Andrés Gajardo,
Jefe Prevención de Riesgos CCU Chile

2.- CERVECERA CCU CHILE LTDA.

El resultado de la Tasa de Accidentabilidad obtenido el año 2011 fue menor en relación con el mismo indicador del año 2010. El número de accidentes disminuyó en seis, con respecto a 2010, y la baja de dicha tasa en comparación al período anterior fue de un 32,5%, pasando de un 3,02 a 2,28. Este resultado es consecuencia en gran parte por la disminución en un 42,9% de los accidentes en planta Cervecería Santiago, presentando una Tasa de Accidentabilidad record de 3,04. La Tasa de Riesgo aumentó un 19,3% con respecto al año 2010, debido, fundamentalmente, a dos accidentes ocurridos a principio de 2011.

En noviembre de 2011 se realizó satisfactoriamente la auditoría de seguimiento al Sistema Integrado de Gestión (SIG) en las plantas de Santiago y Temuco, Esto presenta un incuestionable aporte a la gestión de seguridad y salud ocupacional de Cervecería CCU Chile Ltda.

Durante el año se aplicó el programa de prevención de riesgos, en el que se establecen las responsabilidades, funciones y actividades que se desarrollan en materia de prevención de riesgos, centrándose los esfuerzos en la maduración del estándar OHSAS 18001. En cuanto a la promoción de la seguridad se finalizó la campaña “Tu seguridad continúa” y comenzó la campaña “Tenemos la cultura preventiva, ¡Vamos por la sustentabilidad!”. Adicionalmente se implementó el software para empresas contratistas y subcontratistas, el cual garantiza el cumplimiento del marco legal vigente en cuanto a la responsabilidad como empresa principal que posee Cervecería CCU Chile Ltda.

Los comités paritarios de Higiene y Seguridad aplicaron campañas que tienen como finalidad mantener presente la preocupación por el trabajo seguro en el quehacer diario de todos los integrantes de la organización.

Las metas para el 2012 apuntan a mantener y alcanzar una Tasa de Accidentabilidad de clase mundial. El resultado actual de ésta se encuentra bajo el promedio nacional de 5% en industrias similares (Fuente: Asociación Chilena de Seguridad). Lo anterior se enfoca también en alcanzar una disminución de la Tasa de Siniestralidad.



3.- COMERCIAL CCU S.A.

En 2011 se comenzó a trabajar en la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud ocupacional, de manera de obtener el año 2012 la certificación OHSAS 18.001:2007.

El trabajo se centró en desarrollar y mantener la condición de autocuidado por parte del personal de ventas, quienes realizan su labor en forma independiente, expuestos a peligros que no necesariamente pueden ser controlados por una gestión directa, como condiciones de tránsito, condiciones climáticas, condiciones específicas de los locales de clientes. Por este motivo, es esencial tener conciencia de la autogestión de la seguridad, la que se logró por medio de charlas y capacitaciones, sumadas a la gestión de los respectivos comités paritarios. Al final se obtuvo una tasa de siniestralidad de 31 y una tasa de accidentalidad de 2,6.

Cabe destacar que Comercial CCU logró un valor de cotización adicional igual a cero gracias a sus valores de siniestralidad a junio de 2009, 37,46; a junio de 2010, 22, y a junio de 2011, 19,55.

39

4.- EMBOTELLADORA CCU S.A. (ECCUSA)

Los resultados del 2011 en relación con la tasa de accidentabilidad se mantuvieron dentro de lo esperado, bajo el 5%, y en Planta Santiago, bajo la meta (3,34%).

La tasa de siniestralidad tuvo un alza debido a un aumento de los días perdidos, por lo que subió de 285 a 349 en un período de 12 meses.

Conforme a lo planificado, durante 2011 continuó la implementación del Sistema Integrado de Gestión (SIG), culminando con todas las etapas de las normas OHSAS 18000 e ISO 14000 de Seguridad y Salud ocupacional y Medio Ambiente.

El simulacro del Plan de Emergencias Embotelladora CCU S.A. programado para 2011 se realizó durante la Semana de la Seguridad y participó todo el personal propio, así como también las empresas subcontratadas. Durante la actividad se llevó a cabo un ejercicio general que contó con la participación de representantes de Bomberos de la Vigésimo Segunda Compañía de Santiago y del Instituto de Seguridad del Trabajo como medios de apoyo.

Dentro de la implementación del programa Optimización de la Cadena de Abastecimiento (OCA), se trabajó para la mantención de las prácticas basales y los pilares del programa, que se enfocan principalmente en mejorar cada una de las etapas de producción de la planta, logrando con ello importantes avances.

En su constante preocupación por la salud y seguridad de sus trabajadores, Embotelladora CCU S.A. busca consolidar las actividades del programa preventivo con el apoyo de los líderes de seguridad de los equipos. Para ello utiliza las herramientas de resolución de problemas, instrucción y coaching a trabajadores y formaliza la realización de las inspecciones planeadas y las observaciones de elementos de protección personal y análisis de comportamiento.



5.- AGUAS CCU NESTLÉ CHILE S.A.

En Aguas CCU-Nestlé disminuyó la tasa de accidentabilidad respecto del año anterior de 7,45 a 5,33, ya que se registraron dos accidentes menos. Así también, la tasa de siniestralidad tuvo una disminución importante de, 169,30 a 46,77, con respecto al año anterior, debido a la ocurrencia de incidentes de menor gravedad. Cabe señalar que durante 2011 se realizó el proceso de evaluación de siniestralidad efectiva indicada por el Decreto Supremo 67 de exención, rebaja y recargo de cotización adicional diferenciada. A partir de la gestión preventiva de la planta se consiguió una rebaja de la cotización adicional de 1,02% a 0,68%, con impacto económico positivo para la organización.

Las actividades más importantes realizadas durante el año fueron:

- Se realizó la “Segunda Semana de la Seguridad”, con actividades para enfrentar situaciones de emergencia, que incluyó un simulacro integrado de Inocuidad, Seguridad y Ambiente, con la participación de Bomberos de Coinco y el organismo administrador Instituto de Seguridad del Trabajo (IST). Además, se reconstituyó la brigada de emergencia, proceso de enrolamiento que seguirá durante el año 2012.
- Se concluyó el protocolo de compromiso con IST denominado PASSO, metodología para la implementación del Sistema Integrado de Gestión de Seguridad y Salud ocupacional y Ambiente. Este sistema fue sometido al proceso de certificación por Bureau Veritas Chile, empresa que recomendó la certificación del sistema implementado bajo OHSAS 18001:2007 – ISO 14001:2004 de Aguas CCU Nestlé Chile S.A. de la planta Cachantun.
- Se mantuvo la capacitación externa e interna en seguridad y salud ocupacional, con énfasis en la implementación del Sistema Integrado de Gestión (jornadas de seguridad, taller peligro de exposición a la radiación solar, formación de auditores, reforzamiento de coordinadores de seguridad, rutina de ejercicios pausa activa, uso de extintor, taller Comité Paritario y promoción del autocuidado mediante talleres 3T, focus group, taller 5I1), con el propósito de aumentar el comportamiento seguro de los trabajadores y su conciencia, factor fundamental para la prevención de incidentes en equipos semiautónomos.

6.- FOODS COMPAÑIA ALIMENTOS CCU S.A.

En el ámbito de la prevención de riesgos se cumplieron los objetivos propuestos para 2011 respecto de formar una brigada de emergencia en la planta de Talca y una brigada de evacuación en la planta de La Reina, y se realizó la semana de la seguridad en ambas plantas, con una muy buena participación.

No obstante, los resultados no reflejaron todas las actividades realizadas. La alta rotación del personal en la planta de La Reina, por una parte, y la elevada tasa de accidentes en La Reina, 18,8% de los accidentes debidos a “caídas mismo nivel”; 21,9% a “sobreesfuerzos”; 18,8% a “golpeado con”, y 14,6% a “atrapamientos”, por mencionar los más relevantes, son indicadores que se deben disminuir e invitan a mejorar las condiciones existentes y también a continuar trabajando por medio de las capacitaciones en el comportamiento de nuestro personal en el ámbito de la prevención de riesgos.

La planta de Talca, por otra parte, ha logrado estabilizar sus índices de accidentabilidad y siniestralidad, y también evolucionó en su funcionamiento, por lo que uno de sus grandes desafíos será la sustentabilidad de la cultura de prevención de riesgos que se ha desarrollado.

Las acciones o actividades más importantes realizadas en 2011 relacionadas con este tema fueron:



- Cursos de “Valor del Autocuidado” a la totalidad de los trabajadores de La Reina en sus tres turnos y también en Talca para mejorar el comportamiento, que es componente importante de los accidentes, y de “Liderazgo y Comunicación” a las jefaturas, y charlas de “Prevención de Riesgos”.
- Charla “Compromiso con el Accidentado”, con los afectados, jefaturas, comité paritario y prevencionista de la Mutual de Seguridad y personal invitado.
- Desarrollo del “Plan 60 días” en prevención de riesgos, equipo multidisciplinario que contempla mejoras estructurales en protección de máquinas, vías de evacuación, mitigación de incendios, comité paritario, pisos de planta y capacitación, con el fin de mejorar las condiciones de trabajo en la planta de La Reina.
 - Semana de la seguridad en ambas plantas, con las siguientes actividades:
 - Uso del extintor portátil
 - Taller de uso práctico del extintor portátil
 - Taller de cuidado de manos
 - Charla de autocuidado
 - Baile entretenido
 - Gimnasia Pausa Saludable
 - Deber de informar
 - Uso y mantenimiento de EPP
 - Talleres de Psicología de la emergencia

- Distinción a los trabajadores destacados en fomentar la prevención de riesgos en las plantas de La Reina y de Talca. Ellos fueron seleccionados por las jefaturas correspondientes y premiados por el comité paritario.
- Capacitaciones a grupos homogéneos por parte de la Mutual de Seguridad sobre temas como el uso del extintor, brigadas de emergencia y primeros auxilios.
- Evacuación programada de plantas.
- Trabajo con los comités paritarios para investigación de accidentes, capacitación y difusión, inspecciones de seguridad en sectores de la planta.

Para el 2012 los principales desafíos son:

- Establecer un fuerte plan de eliminación de “condiciones sub estándar” en las instalaciones, principalmente en la planta de La Reina. Con ello se pretende bajar considerablemente los accidentes por “caídas a mismo nivel”.
- Establecer como permanentes las clases de gimnasia denominadas “Pausa Saludable”, con el fin de evitar las dolencias de extremidades superiores por movimiento repetitivo y sobreesfuerzos en las labores diarias.
- Consolidar la brigada de emergencia en las plantas de La Reina y de Talca.
- Realizar cuatro capacitaciones en las plantas por parte de la Mutual de Seguridad.
- Realizar charlas específicas durante el turno por parte de un especialista de la Mutual de Seguridad sobre brigadas de emergencia; cursos de liderazgo y comunicación para jefaturas, y talleres mensuales del “Valor del Autocuidado” para el personal de planta.
- Potenciar la relación de sinergias entre las dos plantas. Para ello se deberán aprovechar las experiencias en conjunto para apuntar a un bien común, estandarizando procedimientos y mejoras ya probadas en ambas plantas, por lo que se programarán viajes mensuales de trabajo. Lo anterior tendrá como objetivo bajar los indicadores de accidentabilidad y siniestralidad y consolidar una “cultura en Prevención de riesgos y salud ocupacional” en la organización, un trabajo “bien hecho” por el “bien de nuestros trabajadores”.



7.- COMPAÑÍA PISQUERA DE CHILE S.A. (CPCH)

Como primer dato, hay que consignar que en 2011 CPCH aumentó su dotación en 6% con respecto a 2010. Así, la tasa de riesgo disminuyó en 11 % producto de la disminución de 15 días perdidos durante 2011 en comparación con el año anterior.

No obstante, la tasa de accidentabilidad aumentó en 89%, pero dichos accidentes fueron menos graves que los del año 2010. Básicamente se tradujeron en disminuir los accidentes con riesgos de corte.

El 20% del total de días perdidos por accidentes se encuentra en el segmento de entre 1 a 7 días comparado con el 3% del 2010. Esto significó que los accidentes reportados en 2011 fueron de menor gravedad que los reportados el año anterior.

Como meta 2012, se ha planteado mantener la tasa de riesgos de este año y reducir el número de accidentes, que básicamente se sustentarán en el inicio de la implementación OHSAS 18000 en todas las instalaciones de CPCH.



8.- TRANSPORTES CCU LTDA.

Los resultados de 2011 en temas de prevención de riesgos en Transportes CCU muestran un aumento de tres accidentes, que representan un 5% de incremento respecto de 2010. Junto con esto, aumentaron los días de reposo, es decir, la gravedad de los accidentes, en 23% respecto del año anterior.

Esto hizo que la tasa de siniestralidad se elevara en 20,31 puntos, es decir, 25% más que el año anterior a causa de dos accidentes que significaron más de 120 días cada uno.

La tasa de accidentabilidad aumentó 1,52 puntos respecto del año anterior, lo que representa una variación de 27%.

El 2011 se potenció la labor de los comités paritarios, implementándolos en los nuevos depósitos. Estos trabajaron sobre la base de programas sistemáticos. Algunos depósitos continuaron laborando en conjunto con la Mutual de Seguridad en la aplicación del programa de gestión de seguridad denominado Programa Empresa Competitiva (PEC).

Las metas y desafíos para 2012 consideran implementar la certificación OHSAS 18001 en seis centros de distribución: Talca, Talcahuano, Temuco, Antofagasta, Cervecera y Modelo, y, además, desarrollar un programa de gestión de seguridad interno en los depósitos que no apliquen el PEC ni certifiquen en

OHSAS 18001. Este deberá considerar actividades de capacitación, campañas de difusión y otros, que permitan mejorar conductas y disminuir daños a las personas, a la propiedad y al ambiente de trabajo.

Junto con esto, se implementará un software para control del cumplimiento del marco legal vigente para las empresas contratistas y subcontratistas, a fin de cuidar la responsabilidad de Transportes CCU como empresa principal.

9.- COMPAÑÍA CERVECERA KUNSTMANN S.A.

De acuerdo al proceso de Evaluación de la Cotización Adicional de 2011, la Compañía Cervecería Kunstmann S.A. logró rebajar la cotización adicional correspondiente al Seguro de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales desde 2,31% a 1,97%. Además, se reduce la tasa de accidentabilidad desde 11,68% a 7,66% y la tasa de siniestralidad desde 93,46% a 53,64%.

Se desarrolló el Programa de Gestión de Riesgos de Seguridad y Salud Ocupacional 2011-2012, entregando un aporte real en alguno de los siguientes aspectos:

- Mantener en Compañía Cervecería Kunstmann el Comité Paritario de Higiene y Seguridad y en las empresas contratistas un sistema de gestión integral conducente al desarrollo y mejoramiento continuo del proceso productivo sobre la base del resguardo de la salud del personal, patrimonio corporativo y su relación con las partes interesadas.
- Internalizar en los distintos niveles organizacionales de la empresa y contratistas el concepto de accidentabilidad y pérdida cero.
- Revisar, mejorar o colaborar en la elaboración de procedimientos de trabajos considerados como críticos.

44



10.- CCU ARGENTINA

En el año 2011 se continuó trabajando en el área de Seguridad y Salud Ocupacional. Se enfocó el trabajo en todas las plantas de producción, desarrollando las políticas de gestión y su cumplimiento.

En los depósitos de la Compañía se incrementó el número de accidentes en un 150% y los días perdidos en un 115% respecto del 2010. Eso sí, en la planta de Santa Fe se disminuyó el número de accidentes en un 35.7%, y los días perdidos disminuyeron un 29.8% respecto del 2010.

En la planta Salta, se incrementó la cantidad de accidentes anuales de 1 a 10 y los días perdidos en un 38.26% respecto del año 2010, y una de las razones principales fue a la incorporación de nuevos SKU (formatos de productos). Se trabajará en 2012 para disminuir esas cifras.

A su vez, en la planta Luján, se disminuyó la cantidad de accidentes en un 15.4% y los días perdido en un 1.98 % respecto al año 2010.

A nivel consolidado, se incrementó la dotación de trabajadores en un 8.43%, también aumentaron los accidentes en un 24% y el número de días perdidos en un 6%, aunque se disminuyó en un 2.16% la tasa de siniestralidad.

Continuando con el plan de cumplimiento de metas para el 2011, se continuó con las auditorías internas en todas las plantas y depósitos a fin de homologar procedimientos estandarizados de Seguridad y Salud Ocupacional en todos los establecimientos de CCU Argentina. También se realizaron reuniones mensuales de coordinación para la implementación de las Normas OHSAS 18001 en las tres Plantas.

También se aplicaron las reuniones del Comité de Salud y Seguridad en el Trabajo de Planta Santa Fe, con participación de los trabajadores para supervisar las actividades preventivas y la conformación de las Brigadas de Emergencias voluntarias en las Plantas Santa Fe y Salta y para 2012, se seguirá desarrollando un programa de entrenamiento de los brigadistas de las tres Plantas de CCU Argentina.

En 2012 se espera mejorar los indicadores de accidentabilidad y siniestralidad, fruto de la participación de los trabajadores en los Comités de Salud y Seguridad en el Trabajo y la implementación de inspecciones mensuales de seguridad y auditorías de uso de EPP en todas las plantas. Asimismo, se visualiza la incorporación de los servicios de un Médico Laboral Corporativo para determinar las políticas de Salud Ocupacional de la Compañía.

Para el 2012 se presupuestó la certificación de la Norma OHSAS 18001, en las Plantas Salta y Luján, y un avance del 60% de la implementación en Planta Santa Fe.



II.- GRUPO SAN PEDRO TARAPACÁ S.A.

Al finalizar el año 2011, se debe mencionar el compromiso de todo el personal de Grupo San Pedro Tarapacá S.A. en el tema Salud y Seguridad Ocupacional. Prueba de ello, es que no se registraron accidentes graves o fatales en ninguna de sus instalaciones.

En cuanto a los índices de consecuencia del Grupo San Pedro Tarapacá S.A., se puede informar lo siguiente:
 - Respecto al año 2010, disminuyó la masa laboral y también la cantidad de accidentes y días perdidos,

bajó la tasa de accidentabilidad en 16% y aumentó en 2,8% la tasa de siniestralidad. De todas formas, los indicadores aún se encuentran por debajo de la media nacional. Se destacan durante este año con indicadores muy bajos las siguientes filiales: Viña Santa Helena, Viña Misiones de Rengo y Viña San Pedro Tarapacá S.A.

En cuanto a certificaciones, en noviembre se realizó una auditoria de revisión de la Norma OHSAS 18001, versión 2007, para la planta de Molina, y en diciembre para la planta de San Fernando. En ambos casos, no se registraron “No Conformidades”. En la planta de Isla de Maipo se está en pleno proceso de implementación de la norma y se espera a fines de la vendimia 2012 lograr la certificación respectiva. Respecto a la evaluación del Decreto Supremo 67, relativo al alza o rebaja de la cotización adicional, en octubre de 2011 se realizó dicha evaluación con resultados positivos para VSPT.

VSPT y VSH lograron mantener su cotización adicional en cero. Viña Misiones de Rengo y Viña Mar de Casablanca, alcanzaron a rebajar la cotización adicional a cero. Finalmente, Valles de Chile y Vitivinícola del Maipo mantienen sus respectivas cotizaciones adicionales.



12.- PLASCO S.A.

El 2011 ha sido un muy buen año en cuanto a mejoras en aspectos de seguridad en PLASCO S.A. Comenzando con los índices, si bien se generó un accidente más que el año anterior, estos en general fueron de carácter menos graves, lo que redujo los días perdidos en 21% en comparación con el 2010, vale decir, de 167 a 132 días. Igual situación ocurrió con la tasa de siniestralidad, que se redujo en 25%, de 120,14 a 91,17.

Producto de estos indicadores, se logró la reducción de la tasa de cotización adicional de 1,02% a 0,68%. Está reducción toma además las tasas de los últimos tres periodos, en los cuales se generaron menos días perdidos que en los anteriores tres.

Además como hitos a destacar, se logró:

- Incorporar en jornada completa a un experto en prevención de riesgos, lo que ha contribuido a lograr un mayor énfasis y preocupación por los temas de salud y seguridad ocupacional.
- Se conformó y capacitó de manera más sólida a la brigada de emergencia, adquiriendo además equipos que permitan actuar a esta brigada de manera eficiente ante cualquier emergencia. El objetivo para 2012 es seguir fortaleciendo este grupo mediante capacitación permanente.

6. Promoviendo el Desarrollo de los Trabajadores

En tiempos de la sociedad del conocimiento, atraer, retener y motivar el capital humano de las organizaciones pasa por un proceso permanente de formación, actualización y desarrollo profesional. De acuerdo con la Política de Recursos Humanos CCU, el supervisor inmediato establece las necesidades de capacitación y desarrollo de su gente, y para tal efecto cuenta con dos procesos formales: la Evaluación del Desempeño y el Programa Anual de Capacitación. Para la definición de la forma más eficaz y eficiente de lograr los objetivos de capacitación y desarrollo, el Supervisor CCU se apoya en la Unidad Corporativa de Capacitación.

En este contexto, las actividades de capacitación y desarrollo profesional son un fiel reflejo de la preocupación de los supervisores CCU por el desarrollo profesional de su gente.

Durante el año 2011, las acciones gestionadas por la Unidad Corporativa de Capacitación ascendieron a 964 cursos, a los que asistieron 6.048 participantes, sumando un total de 106.537 horas.

Participantes según tipo de curso	
Gerentes	57
Ejecutivos y Profesionales	1.972
Empleados y Operarios	4.019
Total Participantes	6.048

Desarrollo Profesional	
Carreras Profesionales	29
Carreras Técnicas	41
Diplomados	33
Magister / Master	4
Total	107



Comentarios por Empresa:

I.- CCU S.A.

Nuevas aplicaciones del taller “Rol del Supervisor CCU” se realizaron en Santiago y regiones. En la actividad, de 16 horas de duración, a la cual ya han asistido todas las jefaturas de primera línea y subgerentes de las unidades de CCU, los participantes comparten un marco conceptual para la gestión de personas inspirado en nuestra Misión: “El trabajo bien hecho por el bien de las personas”. Al mismo tiempo que define las acciones que debe realizar el supervisor CCU para mejorar su liderazgo, establece un marco conceptual del Proceso de Gestión del Desempeño y desarrolla habilidades prácticas de orientación y coaching.

Junto con acordar las acciones más efectivas para construir clima y productividad, los participantes realizan una autoevaluación de estilos y efectividad de liderazgo, ejercicios individuales y grupales, juego de roles, metodologías que facilitan la reflexión y el aprendizaje para construir las bases de un Plan de Desarrollo Personal de Liderazgo y un Plan de Acción con las acciones más efectivas para construir clima y productividad en sus equipos de trabajo.

Durante 2011, 238 nuevos integrantes se suman a las 372 jefaturas de las unidades de Chile y Argentina capacitadas en los años 2009 y 2010.

“Para nosotros es esencial el apoyo a nuestros trabajadores, y así contribuir a la capacidad organizacional de CCU, a la competitividad de sus negocios y a la mejora continua de sus procesos”.

Javier Vivanco
Subgerente de Capacitación y Desarrollo,
CCU S.A.

2.- CERVECERA CCU CHILE LTDA.

Sistema Integrado de Gestión SIG

Con un fuerte compromiso y disposición de todo el personal de planta y colaboradores, un buen manejo conceptual y aplicación de los requisitos normativos del Sistema Integrado de Gestión SIG, CCU Chile completó con éxito la primera Auditoría de Vigilancia. Mediante esta actividad, la empresa auditora Bureau Veritas mantiene su certificación del Sistema Integrado de Gestión (SIG), que comprende las normas del sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos ISO 22000, la normativa de gestión ambiental ISO 14001 y la normativa de salud y seguridad ocupacional OHSAS 18001. Para cumplir adecuadamente las exigencias de manejo conceptual y buenas prácticas se realizaron actividades de capacitación para operadores y líderes auditores internos. Durante 2011, el programa consideró la participación de 259 trabajadores en 15 cursos externos e internos, con un total de 1.548 horas de capacitación.



48

Vendedor especialista de CCU Chile

Dos importantes iniciativas se desarrollaron con el propósito de profundizar la calidad de vendedor especialista de los miembros de la fuerza de ventas de Cervecería CCU Chile.

Durante el primer semestre, en todos los distritos en los cuales el vendedor especialista de CCU Chile vende el portafolio de Cervezas de la Compañía, y con la asistencia de 280 integrantes de la fuerza de ventas y área comercial de CCU Chile, se realizó el “Taller Cervecerero – vendedor especialista”. En un programa de 8 horas, los participantes conocen el proceso productivo y tipos de cervezas, la industria cervecera en Chile y el mundo, y las características y atributos de las marcas y productos de CCU Chile. Con el propósito de profundizar el conocimiento de cervezas y potenciar el rol de asesor experto del vendedor especialista CCU Chile se realiza una cata guiada.

Para reforzar el concepto de vendedor especialista, la fuerza de ventas de Cervecería CCU Chile ha definido procesos de ventas diferenciados para aquellos puntos de venta de ocasiones de compra (almacenes y botillerías) y ocasiones de consumo (restaurantes, fuentes de soda, tiempo libre noche).

Para tal efecto, se realizaron dos aplicaciones del taller “Formación de Instructores – Ejecución de Ventas II”, actividades en las que participaron los jefes de ventas de todos los territorios de CCU Chile.

Con el propósito de implementar las mejores prácticas de gestión de ventas basadas en el “Plan Punto Máximo”, las jefaturas de ventas de CCU CHILE, desempeñando el rol de instructores, entregaron los contenidos del taller a los miembros de la fuerza de ventas del distrito.

En la oportunidad, los 36 jefes de ventas, junto con conocer los requerimientos del negocio, comprendieron el necesario alineamiento del desempeño de la fuerza de ventas con los desafíos del área, reforzaron los conceptos del Proceso de ventas CCU Chile y el Desarrollo de oportunidades comerciales e incorporaron habilidades para una adecuada administración de Clínicas de Ventas y Clínicas de Merchandising.

La actividad de capacitación a la que asistieron 116 vendedores desde La Serena a Concepción consideró contenidos conceptuales y clínicas de ventas y merchandising ajustados a ocasiones de compra (almacenes y botillerías) y ocasiones de consumo (restaurantes, fuentes de soda, tiempo libre noche). Los objetivos específicos del taller Ejecución de Ventas II son reforzar el proceso de ventas de CCU Chile diferenciado para vendedores de ocasiones de compra y vendedores ocasiones de consumo; desarrollar destrezas en técnicas de ventas que permitan una comunicación eficaz con el cliente y un mejor diagnóstico del punto de venta; administrar perfiles de clientes para ser más persuasivos, y facilitar la construcción de una sociedad comercial, compartir los criterios básicos de merchandising para generar compras por impulso e incrementar habilidades para el desarrollo de oportunidades comerciales a través de Clínicas de Ventas y Clínicas de Merchandising.



3.- COMERCIAL CCU S.A.

Cumpliendo con la capacitación planificada para el 2011 y con el propósito de contar con las competencias para facilitar cursos internos de ventas y merchandising, los 46 jefes de ventas de Comercial CCU, desde Arica a Coyhaique, participaron en el Taller “Formación de Instructores – Ejecución de Ventas II”. El programa de 16 horas de duración entrega a los participantes contenidos y herramientas prácticas para desarrollar el rol de instructor del Taller “Ejecución de Ventas II”, taller que posteriormente deben traspasar a sus propios equipos de ventas.

Con posterioridad, desde Arica a Coyhaique se realizaron quince aplicaciones del taller, a las que asistieron 234 vendedores de Comercial CCU. Facilitada por los propios jefes de ventas, y con el propósito de implementar las mejores prácticas de gestión de ventas basadas en “Plan Punto Máximo”, las jefaturas de ventas de Comercial CCU, desempeñando el rol de instructores, entregaron los contenidos del taller a los miembros de la fuerza de ventas del distrito. La actividad considera contenidos conceptuales y clínicas de ventas y merchandising.

4.- EMBOTELLADORA CCU S.A. (ECCUSA)

Con el propósito de mantener altos estándares de calidad en los procesos productivos de las plantas de Santiago y Antofagasta, durante el 2011 continuaron las actividades de capacitación asociadas a la certificación de sistemas integrados de gestión. Los cerca de 60 miembros de los equipos de trabajo de los procesos de suministro, elaboración y envasado de ambas plantas sumaron 856 horas de capacitación en las competencias requeridas para asegurar el cabal cumplimiento de rigurosos protocolos de operación industrial, condición necesaria para obtener una certificación de calidad, medio ambiente y seguridad ocupacional de clase mundial.

Las áreas de elaboración y envasado de la planta de Santiago destacaron por su intenso calendario de actividades de capacitación técnica durante 2011. Los operadores de los procesos de elaboración y envasado están participando en un programa de certificación de competencias laborales en Inacap. Así, 191 operadores sumaron más de 6.000 horas de formación técnica en

“Me siento muy feliz, orgullosa y sobre todo muy agradecida por la beca que me otorgo CCU, ya que me permitió continuar con mis estudios y es una motivación para seguir superándome y ver más alcanzables mis metas”.

Verónica De La Cruz,
Coordinadora Servicio Atención al Cliente
ECCUSA

las instalaciones de Inacap Renca, asistiendo a cursos técnicos del área industrial (metrología, neumática, electromecánica, hidráulica, resolución de problemas, etc.), integrados en una malla de formación técnica de cuatro años. Estos programas de certificación de competencias por medio de una malla estructurada constituyen los fundamentos de los planes de desarrollo personal y profesional de nuestra gente.

5.- AGUAS CCU NESTLÉ CHILE S.A.

La planta de Coinco de Aguas CCU Nestlé destaca por su intenso calendario de actividades de capacitación durante el año 2011. Los operadores de los procesos de suministro y envasado están participando en un programa de certificación de competencias laborales en Inacap. Así, 52 operadores sumaron más de 1.820 horas de formación técnica, asistiendo en las propias instalaciones de la planta a cursos técnicos del área industrial (metrología, neumática, electromecánica, resolución de problemas, calidad y eficiencia), integrados en una malla de formación técnica de cuatro años.

Asimismo, continuaron las actividades de capacitación asociadas a la certificación de sistemas integrados de gestión, en particular capacitación específica para el manejo de no conformidades para asegurar procesos industriales que garanticen la inocuidad de nuestros productos.



6.- FOODS ALIMENTOS CCU S.A.

Considerando los desafíos de competitividad y el compromiso con la calidad de las empresas CCU, las plantas de FOODS de Talca y La Reina han desarrollado nuevos programas de capacitación en buenas prácticas de manufactura y de las normas de Inocuidad alimentaria. Al concluir las actividades de capacitación, los participantes están en condiciones de desarrollar sus tareas de acuerdo a estrictos protocolos de calidad, asociados a procedimientos operativos estandarizados. Hay que destacar durante 2011 la realización de programas de ejecución de ventas orientados a desarrollar las destrezas básicas de los gestores de ventas y de sus jefaturas para una ejecución impecable en los puntos de venta atendidos directamente por la fuerza de ventas de FOODS Alimentos CCU.

7.- COMPAÑÍA PISQUERA DE CHILE S.A.

Tras un acabado proceso de Detección de Necesidades de Capacitación (DNC) realizado por Inacap La Serena, se estableció una completa malla de formación técnica en apoyo a la enseñanza de operadores empoderados, propietarios de sus procesos y con actualizadas competencias para contribuir al mejoramiento continuo de los procesos y actividades productivas. A fines del segundo semestre del año 2011, los operadores de los procesos de enología y envasado de la planta de Ovalle iniciaron su participación en un programa de certificación de competencias laborales en Inacap. Fue así como 34 operadores rindieron el curso de metrología, con el propósito de atender la demanda de manejo de tecnologías de información se han realizado en todas las plantas cursos de alfabetización digital con énfasis en planillas de cálculo.

Se intensificaron las actividades de capacitación asociadas a la certificación de sistemas integrados de gestión, en particular capacitación específica de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Interpretación y Análisis Normas ISO y Formación de Auditores Internos para asegurar procesos industriales que garanticen la inocuidad de nuestros productos.



8.- TRANSPORTES CCU LTDA.

En el contexto del Programa de Excelencia Operacional 2011 de TCCU, y con el propósito de capacitar a más de 600 colaboradores, se realizó un intenso programa de capacitación en “Medio Ambiente y Prevención de Riesgos”. Mediante dos aplicaciones del Programa “Formación de Monitores TCCU”, 81 jefes de los diversos centros de distribución se capacitaron para contar con los conocimientos de conceptos claves; entre ellos, los de seguridad en casa, cuidado del medio ambiente, elementos de protección personal, comité paritario, matriz de procesos TCCU y matriz de riesgos asociados, residuos, matriz de aspectos ambientales y respuesta ante una emergencia.

Junto con reforzar buenas prácticas para una gestión profesional en TCCU, los participantes reforzaron competencias para facilitar el proceso de capacitación de sus equipos de trabajo. Utilizando un atractivo material gráfico con un diseño de autoinstrucción, el monitor y el equipo desarrollan un proceso de reflexión y análisis del trabajo diario y de la importancia de las buenas prácticas en “Medio Ambiente y Prevención de Riesgos”.

“El apoyo para estudiar significó una gran ayuda y un compromiso hacia CCU. Fue una invitación a superar mis objetivos y demuestra que CCU tiene un compromiso real con sus trabajadores”.

Jorge Matthews,
Jefe Ventas Vallenar, Comercial CCU

9.- COMPAÑÍA CERVECERA KUNSTMANN S.A.

En Compañía Cervecería Kunstmann se han concentrado las acciones de capacitación tanto en el desarrollo profesional vía el diplomado en Preparación, Formulación y Evaluación de proyectos de la Universidad San Sebastián y el taller Formación de Auditores Internos en el Sistema de Seguridad Alimentaria.



10.- CCU ARGENTINA

Se realizaron 7.012 horas de capacitación, en las que participaron 945 trabajadores de Buenos Aires y de las plantas de Santa Fe, Salta y Luján. Las actividades de capacitación este año también se centraron en el desarrollo de competencias para el área industrial y cursos relativos a la implementación de Normas ISO de Seguridad Alimentaria, tales como 22000, I4001 y OHSAS 18000, y las relativas a la implementación de OCA para la excelencia operacional en los procesos productivos. Además, hubo cursos orientados a las brigadas de emergencia de las plantas. También, para los ejecutivos se desarrolló una actividad en el Centro de Educación Empresarial de la Universidad de San Andrés sobre Innovación en la empresa.

52

II.- OCA EN UNIDADES PRODUCTIVAS DE CHILE Y ARGENTINA

Durante 2011, el programa para la implementación de una manufactura de clase mundial ha copado los programas de capacitación de algunas unidades productivas. OCA (TPM), un cambio “cultural” que está centrado en el proceso de empoderamiento del operador industrial para alcanzar equipos semiautónomos, avanza a nuevas plantas o procesos dentro de las mismas unidades. En intensas sesiones de capacitación, líderes y miembros de los equipos de las unidades productivas de CCU en Chile y Argentina avanzaron en el conocimiento e implementación de las mejores prácticas fundacionales del modelo, profundizando en



los temas de resolución de problemas y mejoramiento continuo y comenzaron a llevar a cabo las prácticas pilares, centradas en la gestión de activos, mantenimiento autónomo y reducción de tiempo de montaje. Para un adecuada ejecución de la práctica fundacional “Mejora Enfocada” y preparar especialistas en resolución de problemas para la captura de ganancias en la implementación de OCA, jefaturas y miembros de los MDT (equipos multidisciplinarios para la mejora continua) asistieron al Taller “Blitz & PIPs”, dictado por la Consultora CCI, la que apoya el proceso de implementación de TPM en CCU. Junto con conocer los pasos para el análisis de pérdidas y un panorama general del marco estructurado de resolución de problemas (DMAIC), los participantes de todas las unidades productivas de CCU en Chile y Argentina profundizaron en el conocimiento de metodologías que se utilizan en problemas de alto impacto en los resultados operacionales. Los Blitz se aplican en problemas de pocas variables de incidencia y que requieren sólo días de trabajo enfocado (reducción de los tiempos de cambio de formato, cambios en lay out, reducción de niveles de inventario), mientras que los PIPs atacan problemas de un mayor número de variables incidentes (incremento en la eficiencia, reducción de mermas, reducción de consumos energéticos).



TALLER “REVISE EL TRABAJO EN EQUIPO”

Con el propósito de fortalecer el trabajo en equipo de los equipos OCA, los miembros de las líneas de producción participan en un taller de 8 horas de duración. Este taller tiene por objetivo reunir como un solo equipo a los miembros de los diferentes turnos, y revisar su desempeño desde su formación y establecer los nuevos desafíos para consolidar equipos semi autónomos, y con su realización se da cumplimiento a la acción de implementación OCA denominada “Revise el Trabajo en Equipo”. Esta instancia es, orientada a potenciar las relaciones interpersonales, desarrollar habilidades efectivas de comunicación y promover la participación sinérgica en los equipos de trabajo. La metodología del taller es mixta, ya que considera tanto actividades al aire libre como en sala.

12.- E-LEARNING

En CCU, los nuevos medios de capacitación van captando usuarios en los procesos de formación y actualización de conocimientos y competencias. En 2011, trabajadores de Copiapó y Talcahuano de Transportes CCU y CCU Chile participaron en Diplomados de la Universidad Adolfo Ibáñez y cursos de capacitación de inglés on line; ambas actividades en formato semi presencial, una efectiva combinación de capacitación virtual y actividades presenciales.

13.- OUTDOORS

Con el propósito de reunir a todos los jefes de venta de Comercial CCU en una actividad de integración y camaradería, y contribuir a la consolidación de un equipo de alto desempeño, con una mística particular, se desarrolló un taller outdoors en el que participaron 62 miembros.



54

La agenda consideró los desafíos para el cierre 2011 y los objetivos de Comercial CCU, el rol del jefe de ventas y las competencias necesarias para liderar a su equipo de vendedores y un conjunto de actividades recreativas y deportivas. Se cerró el taller con una presentación de cada equipo del ejercicio “Fortaleza”, un compendio del aprendizaje experiencial derivado de las actividades realizadas en ambas jornadas.

Se realizaron seis nuevas aplicaciones del Taller “Prepárate a jugar en Primera”. La actividad se inició en noviembre de 2010 con una reunión de más de 60 jefaturas a nivel nacional, oportunidad en que se dio el puntapié inicial al fortalecimiento de la mística y el compromiso por un trabajo bien hecho. Desde San Pedro de Atacama hasta el lago Llanquihue, durante 2011 se realizaron seis actividades outdoors, con la activa y entusiasta participación de 132 integrantes de los centros de distribución de TCCU.

Horas de Capacitación por trabajador	
CCU S.A.	46
Cervecera CCU Chile Ltda.	41
Embotelladora CCU S.A. (ECCUSA)	19
Aguas CCU-Nestlé Chile S.A.	39
Compañía Pisquera de Chile S.A.	15
PLASCO S.A.	35
Transportes CCU Ltda.	24
Comercial CCU S.A.	17
Compañía Cervecera Kunstmann S.A.	12
FOODS Alimentos CCU S.A.	9

14.- BECAS SOCIALES



Como ya es habitual en CCU, parte de los excedentes acogidos a la franquicia tributaria Sence son destinados al Programa de Becas Sociales de Capacitación. Mediante cursos de capacitación laboral gratuitos, de 80 a 100 horas de duración, y que cuentan con subsidio para gastos de movilización y alimentación, cesantes o personas que buscan trabajo por primera vez, mujeres jefas de hogar de escasos recursos, trabajadores de menor calificación, tienen la posibilidad de mejorar sus oportunidades laborales. En estas actividades de capacitación y desarrollo de la empleabilidad participan personas asociadas al grupo familiar y relacionadas con nuestra gente de las plantas de Santiago y regiones o personas de la comunidad. Entre los cursos desarrollados en regiones en el año 2011, destaca el de Energía Solar, programa de 80 horas de duración en el que los 90 participantes aprendieron a construir artefactos domésticos, tales como cocina solar, sistema para agua caliente y secado de frutas. Los cursos se dictaron en Antofagasta, Ovalle, Coinco, Talca, Talcahuano y Temuco.

En Santiago, con la gestión de la OTEC Asociación de Damas Salesianas, se realizaron ocho cursos para el desarrollo de oficios de alto impacto en empleabilidad y emprendimiento, destacando Peluquería Unisex, Estética Corporal y Depilación, Primeros Auxilios y Cuidado del Enfermo, Repostería y Amasandería, Masajes Terapéuticos, Reflexología y Rehabilitación del Adulto Mayor.

Junto con el desarrollo de las actividades mencionadas, CCU orientó parte de sus aportes a la capacitación de padres de la Teletón, desarrollo de empleabilidad de cesantes vía Infocap, estímulos al emprendimiento mediante Acción Emprendedora, programas de rehabilitación/discapacidad realizados por Fundación La Esperanza y Chilecap - Escuela para Ciegos.

Con un aporte ascendente a \$ 130 millones, durante el año 2011 CCU ha contribuido, como siempre, a beneficiar a sectores importantes de la sociedad que requieren de un apoyo solidario para mejorar sus expectativas y calidad de vida.

Capacitación 2011						
Empresa	Cursos	Gestión			Financiamiento	
		Participantes	HHC	SENCE	Empresa	Total
CCU SA	192	402	17.739	21.488.712	97.069.556	118.558.268
Cervecera CCU Chile Ltda.	309	1.944	24.549	60.809.384	88.589.749	149.399.133
Embotelladora CCU S.A. (ECCUSA)	97	635	15.973	37.123.937	47.602.902	84.726.839
Aguas CCU-Nestlé Chile S.A.	45	218	4.511	10.990.335	6.695.526	17.685.861
Compañía Pisquera de Chile S.A.	45	244	4.255	12.486.189	6.419.626	18.905.815
PLASCO S.A.	33	277	5.038	9.920.800	15.754.485	25.675.285
Transportes CCU Ltda.	154	1.585	22.961	85.995.793	56.805.636	142.801.429
Comercial CCU S.A.	41	436	6.498	14.488.081	36.950.525	51.438.606
Compañía Cervecera Kunstmann S.A.	6	25	756	1.718.325	2.417.575	4.135.900
FOODS Alimentos CCU S.A.	42	282	4.257	13.516.559	3.028.091	16.544.650
TOTALES	964	6.048	106.537	268.538.115	361.333.671	629.871.786

CCU junto a sus Clientes y Consumidores

1. Nuestros Clientes, Principales Socios

Con más de 160 años de trayectoria y experiencia en la industria de los bebestibles, CCU participa en el mercado nacional estableciendo y consolidando una estrecha relación con sus clientes, a quienes considera socios principales para un crecimiento conjunto.

Indicadores Reportados

PR1

PR3

PR5

PR6

FP5

FP6

FP7

FP8

En Chile, la fuerza de ventas de CCU está integrada por más de mil personas que atienden en forma directa a los 160 mil clientes que comercializan cervezas, vinos, destilados, bebidas refrescantes y confites.



56

En Argentina, nuestra fuerza de venta directa está compuesta por más de 230 personas, las que se relacionan con los 70 mil clientes. Los productos de CCU se venden en cerca de 160 mil puntos en todo el país, considerando clientes tradicionales, autoservicios, supermercados, kioscos y minimercados.

Apoyo permanente

Buscando potenciar un crecimiento conjunto, la Compañía ofrece a sus clientes una amplia variedad de elementos y soportes de venta, desde un completo plan de mejoramiento de los centros de distribución del país hasta los equipos de frío, letreros luminosos, promociones, activaciones y animaciones, además de material de apoyo tales como exhibidores, muebles, estantes y pizarras. Todos estos activos, financiados por la Compañía, buscan potenciar la calidad de servicio que brindan nuestros clientes a los consumidores.

“Los nuevos Centros de Distribución como Curauma, serán un aporte fundamental al sistema de distribución de CCU, siendo más eficientes, más rápidos y dando un mejor servicio a nuestros clientes y consumidores”.

Álvaro Román,
Gerente General Transportes CCU

Asimismo, en 2011 se implementaron proyectos, programas e iniciativas para los distintos tipos de clientes:



- **Curauma:** en 2011, CCU continuó su plan de inversión en los Centros de Distribución del país y que dependen de Transportes CCU. El primer gran paso se dio con la inauguración del Centro Curauma. El proyecto demandó una inversión de US\$ 12 millones y permite atender, de manera más eficiente, a 14 mil clientes de la Quinta Región.

El plan de modernización de los centros de distribución y depósitos a nivel nacional considera ampliar la capacidad de los ya existentes y la apertura de nuevas instalaciones. El plan contempla, además una inversión de más de US\$ 140 millones hasta el 2013, lo que permitirá responder con eficiencia al crecimiento de nuestra industria en ciudades como Santiago Sur, Iquique, Calama, Ovalle, Puerto Montt, Rancagua, Llaylay, Curicó, Chillán, Valdivia, entre otras.

“Cuando ingresé al programa Negocio Redondo no dimensionaba las cosas que podía aprender. Ahora, siento la satisfacción de tener las herramientas de administración y gestión para mejorar mi botillería”.

César González,
Cliente de CCU y Alumno Programa
Negocio Redondo

**NEGOCIO
REDONDO**



- **Negocio Redondo:** esta iniciativa busca entregar herramientas de gestión a los comerciantes mediante diferentes módulos, tales como marketing y ventas, aspectos legales y contabilidad, con énfasis en compartir experiencias entre los participantes.

Durante 2011, Cervecería CCU Chile amplió el alcance del programa, llegando a las ciudades de Valparaíso, Viña del Mar y Concepción, en las que capacitó a más de 300 clientes, y lo mantuvo en las cinco sedes de Santiago: Puente Alto, Conchalí, Santiago Centro, Maipú y San Joaquín.

En 2011 se incluyeron, además, contenidos de alfabetización digital y uso de software de gestión del local, con el fin de potenciar el desarrollo rentable de los negocios de los clientes capacitados. En 2012 se espera agregar otra ciudad en el alcance del programa.

- **Cliente Preferente Cristal:** durante 2011 se mejoró la entrega de beneficios transaccionales mediante el sistema de tarjeta giftcard “Cliente Preferente Cristal”, la cual otorga puntos a los clientes de Cervecería CCU Chile, tanto por la compra de Cerveza Cristal como por la adquisición de cualquier otra marca de cervezas CCU.
- **Informativo Info Cristal:** es uno de los principales canales de comunicación con el cliente. Entrega información respecto a nuevos lanzamientos, promociones, unidades comerciales, nuevos beneficios y todas las novedades de la compañía.
- **Club Bilz y Pap:** programa preferente de clientes de Embotelladora CCU creado el año 2005. Actualmente cuenta con más de 1.800 clientes en Santiago, Concepción, Rancagua, Viña del Mar y La Serena. Este programa está dirigido a clientes de almacenes y botillerías a quienes se premia con puntajes con los que pueden acceder a una serie de premios del catálogo que se cambian dos veces al año.

- **Capacitaciones, clínicas de coctelería y maridajes:** en 2011, Compañía Pisquera de Chile se destacó por continuar con sus capacitaciones, clínicas de coctelería y maridajes a sus clientes. En 2011, el foco estuvo puesto en realizar estas actividades que destacaran las propiedades y ventajas del pisco chileno.

En total se llevaron a cabo 135 capacitaciones a 135 clientes, y para 2012 se espera capacitar a 594 clientes.

Además, en abril se realizó una visita a la planta de Ovalle con administradores y ejecutivos regionales de una cadena de supermercados, la que se amenizó con un almuerzo en la Hacienda Santa Cristina.

- **Grupo San Pedro Tarapacá S.A.:** una importante iniciativa, que se enmarca en entregar al cliente una experiencia inolvidable, es la que desarrolla VSPT al invitar a sus clientes a las casas de huéspedes con las que cuenta en las diferentes viñas que integran el Grupo. En la oportunidad se muestran al invitado los procesos de elaboración de los vinos y las bondades de los valles vitivinícolas.



Plan Punto Máximo 2.0

Desde su creación, el Plan Punto Máximo fue una herramienta que permitió a nuestra fuerza de ventas definir la mejor manera para gestionar el punto de venta. Esto con el objetivo de lograr la satisfacción de los clientes y consumidores, alcanzar un margen de ganancia y la correcta segmentación.

Durante 2011 se desarrolló el “Plan Punto Máximo 2.0”, que implica una mejora en la herramienta de gestión de nuestra fuerza de ventas. Con esto se buscó homologar, avanzar y simplificar la herramienta usada. Dichas mejoras permitirán optimizar aún más las necesidades de productos y promociones para cada tipo de cliente y, a su vez, identificar las preferencias de los consumidores y compradores.

La implementación total se realizará durante junio de 2012, y nuestra fuerza de ventas contará con tecnología de punta para atender de mejor manera a nuestros clientes.



“En Lanco, pueblo donde yo vivía, no existían máquinas de schop y un Gerente de CCU me dio la oportunidad de instalar la primera máquina. Ese apoyo fue fundamental para mi desarrollo como empresario”.

Alejandro Peña,
dueño Pub Río, Valdivia

Cercanía y diálogo con el cliente

Las fuerzas de ventas de las filiales de CCU están estructuradas de forma que cada punto de venta sea visitado varias veces en la semana por un vendedor profesional. La presencia de este ratifica la relación estrecha y fluida de la Compañía con sus clientes.

La Compañía cuenta con varios canales de diálogo:

- **Convenciones con Clientes de Iquique y Valdivia:** CCU organizó importantes eventos en los que ejecutivos y representantes de las fuerzas de venta de CCU compartieron con los clientes del comercio pertenecientes a las zonas de Iquique y Valdivia, donde en un ambiente distendido hubo premios y sorpresas para ellos.
Además, CCU aprovechó esta ocasión para presentarles un adelanto de los proyectos y campañas publicitarias que apoyarán la comunicación de sus principales marcas de cervezas, gaseosas, aguas embotelladas, vinos, piscos, y confites durante la temporada 2011.
- **Día de la Venta:** como una forma de acercar a todos los equipos del área comercial a la gestión que realiza cada día nuestra fuerza de ventas, se efectuó el “Día de la Venta” en Cervecería CCU Chile. Durante la jornada, los integrantes de Marketing y Trade Marketing salieron en pareja a la ruta con cada uno de los vendedores de Santiago. Fue una instancia de conocimiento en terreno de la labor diaria que realiza el equipo de ventas con los clientes y una manera de visualizar los elementos que se debieran desarrollar para mejorar y determinar las necesidades de los clientes de la Compañía.
- **Revista “EnCCUentro”:** a lo largo de 18 años, esta publicación trimestral ha llevado la información de la Compañía y sus novedades a miles de clientes en todo el país. Distribuida por la fuerza de ventas CCU, entre sus contenidos destacan entrevistas a clientes y temas de interés para el comerciante.

enCCUentro



- **Análisis de calidad de servicio:** la calidad de servicio al cliente que otorga CCU es medida anualmente mediante una encuesta que evalúa el nivel de satisfacción con CCU, busca conocer aspectos del servicio que se podrían mejorar y monitorea las dimensiones específicas de calidad, preventa, equipo de venta, servicio de distribución, equipo de distribución, soporte publicitario, soporte promocional, soporte técnico, servicio de atención al cliente, precio y valor, y finalmente las condiciones de venta.

2. Máxima Satisfacción para nuestros Consumidores

CCU desarrolla, en sus diferentes unidades de negocio, productos de calidad que entreguen al consumidor, tal como lo plantea nuestra Misión, una gratificación responsable en todas las ocasiones de consumo mediante marcas de alta preferencia.

Profundo conocimiento de nuestros consumidores

Con el objetivo de obtener información periódica sobre los gustos y preferencias de sus consumidores y ser capaces de gratificarlos responsablemente ante sus necesidades, CCU desarrolla trimestralmente, hace más de 25 años, su “Estudio de Consumidores”. Esta importante herramienta de medición recoge la opinión de miles de ellos desde Arica hasta Puerto Montt sobre temas como recordación, imagen de marcas y hábitos de consumo de los productos de CCU.

Calidad, un principio fundamental

La calidad es un principio fundamental para CCU, y se logra gracias al esfuerzo, compromiso y rigurosa metodología con que trabajan todos los que forman parte de la organización.

Este principio rige las acciones de CCU, desde el origen de sus procesos, en la elección de las materias primas, en el perfeccionamiento de sus productos y procesos, en la eficiencia de la logística y en las condiciones de trabajo de las personas.

A once años de su creación, el Proceso Directivo (PD) reúne las múltiples variables de Producción, Calidad y Medio ambiente y permite alinear e inspirar a toda la organización bajo el concepto de mejora continua. El módulo de calidad de cada unidad de CCU es un conjunto de múltiples variables, como el FTR (First Time Right), sigla que significa “hacerlo bien a la primera”, que busca optimizar permanentemente la eficiencia de nuestros procesos y por ende la calidad de nuestros productos.

Asimismo, la variable SIG (Sistema de Gestión), que se refiere a la implementación y certificación de normas internacionales de excelencia industrial como HACCP, ISO, OHSAS, BRC, IFS, está avanzando en las distintas unidades de la Compañía y ha culminado en 2011 con el 61,8% de sus instalaciones con certificación de Inocuidad de alimentos (HACCP o ISO 22.000); 41,2% con ISO 14.001 sobre Gestión ambiental, y 20,6% con certificación ISO 18001 OHSAS, proceso que continuará durante el año 2012.

Certificaciones	Inocuidad Alimentos (HACCP – ISO 22000)	Gestión Ambiental (ISO 14001)	OHSAS Seguridad y Salud Laboral (ISO 18001)
Plantas Certificadas	21	14	7
Total	34	34	34
(%)	61,8%	41,2%	20,6%

Un hito del período 2010-2011 en este sentido ha sido la certificación de cuatro centros de distribución vinculados a plantas productivas a lo largo del país bajo la norma ISO 14001 sobre Gestión ambiental y la continuación de un programa de implementación de buenas prácticas en otros trece centros de distribución independientes. Este logro es fundamental porque extiende la garantía de inocuidad de CCU desde la producción al proceso de almacenaje, transporte y distribución de los productos de la Compañía.

Así también, se continúa con el proceso de implementación de estas normas en las plantas que aún no se encuentran certificadas para alcanzar el objetivo corporativo de certificación de todas las plantas industriales bajo las tres normas: ISO 22000, I4001 Y I8001.

Innovación: respondiendo a las expectativas de los consumidores

La innovación es parte fundamental de la estrategia de negocios de CCU y está presente en la gestión de todas las unidades de la Compañía. Nuevos productos y formatos son necesarios para estar en sintonía con las nuevas tendencias de los consumidores.

En 2011 CCU desarrolló las siguientes innovaciones:

- Cervezas

Cerveza Cristal inauguró, en el bar Lajunta del Barrio Lastarria, el primer “Cellar Beer” de Chile, una tecnología de almacenaje de cerveza en estanques de acero inoxidable, que reposan en una cámara de frío, y cañerías a la vista, por donde la cerveza hace su recorrido hasta llegar a la barra. Heineken presentó sus envases especiales para la Champions League y el Mundial de Rugby de 2011. Además, lanzó una nueva botella, que tiene la particularidad de iluminarse de noche.



Kunstmann presentó Kunstmann Arándano, la primera cerveza tipo Ale, a la cual se le han incorporado las bondades del arándano, fruto de inigualables propiedades antioxidantes y de alto contenido de vitamina C.

Royal Guard, la primera cerveza premium de Chile, renovó completamente su imagen.

- Gaseosas y Néctares

Bilz y Pap lanzó sus nuevas bebidas POP morada y verde. Kem revolucionó el mercado con Kem Xtreme Girl, una gaseosa especialmente diseñada para la mujer de hoy, que necesita más energía. Además, se presentó la nueva Kem Slice sabor Piña-Coco.

Watt's presentó Watt's Clear con sus sabores Uva y Frambuesa-Manzana y lanzó su néctar Naranja-Plátano. También llegó a la casa de todos los chilenos Frugo, el exquisito jugo de naranja.

Pepsi light y Canada Dry Ginger Ale light se renovaron con la moderna lata sleek de 310 cc. Varias marcas de Embotelladora CCU presentaron su formato de ruta 237 cc, que permite a los consumidores disfrutar de nuestros productos en almacenes y botillerías.

Gatorade lanzó su versión en polvo.



- Aguas embotelladas

Cachantun presentó sus modernas botellas especiales para hoteles, casinos y restaurantes en sus versiones de aguas con gas y sin gas. Porvenir lanzó al mercado su nueva y elegante botella de 750 cc.



- Destilados y cócteles

Durante 2011, Compañía Pisquera de Chile (CPCH) llegó a un acuerdo de distribución con Pernod Ricard, la segunda compañía de licores más grande del mundo. Es así como se incorporaron a su portafolio productos como Absolut, Ballantine's, Havana, Chivas Regal, entre otros.

A su vez, también se agregó el prestigioso Pisco Bauzá, destacado por los especialistas internacionales como uno de los mejores piscos del orbe.



En materia de innovaciones, Mistral presentó su nueva versión de Mistral Ice sabor Mango y también este refrescante producto en su lata sleek.

Campanario se renovó con Campanario Reposado, Campanario Dulce de Leche y la nueva fórmula de Campanario Sour.

- Productos listos para consumir

En 2011, FOODS Alimentos CCU presentó a sus consumidores varias novedades con Natur Buen Día, un cereal pensado especialmente para disfrutar en el desayuno, y Natur Go de 40 gr, ideal para las colaciones de los niños. Además, se lanzaron las nuevas Malva Fruits, con ricos sabores a guinda, plátano y damasco. Otra de las importantes innovaciones de 2011 fue TRIO, una deliciosa combinación de chocolate con hojuelas de maíz en dos exquisitos sabores: Almendras laminadas y Berries. Todo esto sumado a la presentación de los caramelos y goyak Bilz y Pap de Calaf con sus sabores de Otro Mundo.



- Vinos

Varias fueron las novedades de VSPT en 2011. Por ejemplo, Misiones de Rengo lanzó su Rosé 2011; Santa Helena presentó su Ecocava Reserva Cabernet Sauvignon 2010; Viña San Pedro presentó su vino "Tierras Moradas", y Casa Rivas con el Reserva Carménere. En el ámbito de los nuevos formatos, VSPT presentó el Four-Pack botellín de 187 cc de Misiones de Rengo, y la nueva imagen de León de Tarapacá y Gran Tarapacá.



- Cervezas en Argentina

En Argentina, cerveza Schneider relanzó una edición limitada de Schneider Fuerte, "La Reina de las Cervezas", en honor a su fundador Otto Schneider. Cerveza Santa Fe, una de las marcas regionales más importantes de Argentina, renovó completamente su imagen, en la que destacan los colores blanco y beige con terminaciones en dorado y azul. A su vez, agrega a sus formatos la nueva botella Long Neck de 330 cc.





También Imperial con sus tres especialidades en cerveza Premium:

- Imperial Lager Especial: la auténtica y tradicional cerveza lager de inconfundible sabor fresco e intenso, en sus formatos 970 cc, 650 cc y Long Neck 330 cc.
- Imperial Cream Stout: cerveza oscura especial, con aromas a tostado y café en 970 cc y Long Neck 330 cc.
- Imperial Amber Lager: cerveza de color ámbar, con exquisito sabor a caramelo y fino aroma a frutas, en 970 cc y Long Neck 330 cc.

Etiquetado de los productos: informando a los consumidores

A partir de 2006 entró en vigencia la ley que modifica el Reglamento Sanitario de Alimentos y que establece el etiquetado nutricional para los productos alimenticios envasados.

En 2008, CCU, además de cumplir con la normativa vigente, comenzó a incorporar en las etiquetas de sus productos analcohólicos el etiquetado nutricional propuesto por Chile Alimentos, que indica la cantidad porcentual de grasas, azúcar, calorías, grasas saturadas y sodio en cada alimento. Esta información, conocida internacionalmente como GDA (Guide of Daily Amounts), considera parámetros basados en una dieta ideal equivalente a 2000 calorías. Esto permite a los consumidores saber qué cantidad de cada elemento están consumiendo de acuerdo a una dieta estándar equilibrada.

Los productos con contenido de alcohol, en tanto, se norman en lo relativo a etiquetado por la Ley de Alcoholes, que incluye disposiciones acerca de la incorporación de información sobre graduación alcohólica, tipo de producto y origen de envasado.



Además, desde hace siete años CCU incorpora en forma voluntaria mensajes de consumo responsable de alcohol en etiquetas y material gráfico de sus productos con contenido alcohólico:

- Los productos y avisos publicitarios incluyen en sus etiquetas la frase **“Disfruta con responsabilidad. Producto para mayores de 18 años”**.
- Asimismo, las etiquetas tienen la dirección de correo electrónico consumo.responsable@ccu.cl para que los consumidores cuenten con un canal abierto de diálogo al que puedan enviar sus comentarios o preguntas respecto de este tipo de productos y sus pautas de consumo.



Nuevo Sistema de Mensaje: CCU en 2011 desarrolló e implementó el nuevo Sistema de Mensaje CCU, que nace con la finalidad de generar mayor cercanía hacia los consumidores, facilitándoles información e incentivando su decisión de compra. Se destaca que el Sistema de Mensaje incorpora diferentes tipos de cápsulas con información como las siguientes: Comunícate con Nosotros, que incluye el teléfono del Servicio de Atención al Consumidor (SAC), la página Web corporativa y de la marca, si es que la tiene. Otra cápsula es Vivamos Bien, que incluye una recomendación al consumidor sobre Consumo Responsable y Vida Saludable y, si corresponde, la tabla nutricional. También está Disfruta tus Momentos, que es un consejo para disfrutar mejor el producto del Mundo CCU.



La aplicación está incorporada en todas las etiquetas y empaques de las diversas categorías que conforman el portafolio de productos CCU, con algunas excepciones. Asimismo, también se incluirá en empaques secundarios.

Durante 2012 se implementará la segunda etapa, que tendrá el Sistema de Mensaje CCU en material publicitario y puntos de venta.

Comunicaciones Comerciales Responsables:

En coherencia con su “Política de Alcohol”, la Compañía cuenta con el documento “CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables”, con el objetivo de guiar la publicidad, ventas y eventos especiales de la Compañía, de acuerdo a los más altos estándares de responsabilidad corporativa.

El texto que apunta a complementar la legislación vigente en Chile con una autorregulación seria y estructurada incorpora un conjunto de normas y reglas básicas que orientan todas las comunicaciones comerciales de la Compañía:

Principios Generales

1. Cumplir con toda la legislación vigente
2. Ser honestas, verdaderas y responsables
3. Adecuarse a los principios aceptados de competencia leal y de la buena práctica comercial
4. Evitar ir en contra de las normas del gusto y la decencia
5. Promover la dignidad e integridad de toda persona con independencia de su condición, sexo, nacionalidad, raza o religión

Principios Aplicables a Productos con Alcohol

Incorporan los siguiente ámbitos:

1. Genéricos a productos con alcohol
2. Consumo responsable de alcohol
3. Menores de edad
4. Conducción de vehículos
5. Deporte
6. Consumo de alcohol, rendimiento y lugar de trabajo
7. Violencia y peligro
8. Aspectos de salud y contenido alcohólico
9. Éxito social y sentimental
10. Muestras gratis

Comunicándose las 24 horas: Servicio de Atención al Consumidor (SAC)

En todas sus etiquetas y envases CCU tiene el número de teléfono gratuito de Servicio de Atención al Consumidor (SAC). Esta línea abierta funciona de 8:00 hrs. hasta 20:00 hrs. los siete días de la semana y permite que los llamados de cualquier parte del país sean atendidos y derivados a las unidades competentes.

La página web también cuenta con un espacio mediante el cual se pueden hacer llegar todo tipo de solicitudes, inquietudes y opiniones que responde un grupo de profesionales.



Conociendo las instalaciones de CCU

CCU desarrolla un programa de visitas guiadas en sus plantas productivas a lo largo de Chile como una manera de acercar a sus consumidores y clientes, y comunidad en general, a sus distintos procesos productivos.

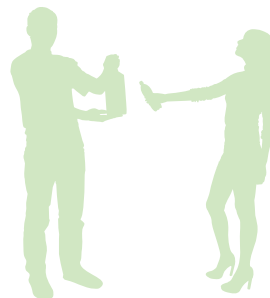
Las plantas cerveceras y bodegas de vinos realizan un programa de visitas guiadas durante todo el año a un público mayor de 18 años. En el caso de Cervecería CCU Chile, se realiza el programa “Líderes del Futuro”, en el que alumnos de universidades e institutos profesionales visitan la planta como parte del plan de estudio de sus carreras.

Por su parte, en Pisco Elquí se ubica la Destilería Pisco Mistral de Compañía Pisquera de Chile, que ofrece a sus visitantes visitas guiadas en las que se puede conocer un museo con utensilios antiguos para la elaboración del pisco y cava de guarda, la planta productiva y el proceso de elaboración del pisco en tiempos modernos, además de disfrutar de una degustación de los productos de la Compañía.

Adicional a sus plantas productivas, CCU y sus empresas relacionadas cuentan con centros patrimoniales, como el museo de la Casona Fundo El Carmen en Quilicura, el cual sufrió graves daños a raíz del terremoto del 27 de febrero de 2010, por lo que actualmente se encuentra inhabilitado; el de Cervecería Austral en Punta Arenas; el de Kunstmann, ubicado en Valdivia, y el Museo Cervecería Santa Fe en Argentina.



N° de visitantes a plantas de CCU y filiales en 2011	
Cervecería CCU Chile	0
CCU Argentina	15.382
Viña San Pedro	2.061
Viña Tarapacá	13.100
Viña Misiones de Rengo	300
Viña Santa Helena	1.081
Viña Altaír	554
Viña Mar	1.750*
Viña Leyda	120**
Finca La Celia	1.017
Compañía Pisquera de Chile	14.774
Cervecería Kunstmann	400
Cervecería Austral	110
Total	50.649



*Viña Mar reactivó sus visitas desde Agosto de 2011.

**Sólo visitas internas

CCU, Gobierno Corporativo y Accionistas

CCU desarrolla sus operaciones bajo los más altos estándares empresariales y principios éticos compartidos por todos quienes la integran.

Indicadores Reportados

4.1

4.2

4.3

4.4

4.6

4.9

SO2

SO3

SO4

1. Gobierno Corporativo

CCU está comprometida con los más altos estándares de gobierno corporativo y administra sus negocios con apego a las normas éticas y legales contenidas en la legislación vigente en Chile, particularmente en la Ley de Sociedades Anónimas y la Ley de Mercado de Valores. Asimismo, como emisor de valores que se transan en la bolsa de Nueva York (NYSE), CCU también se rige por la Securities and Exchange Act y las modificaciones introducidas por la Ley Sarbanes-Oxley de Estados Unidos.

Para más información relativa a la comparación entre ambos estándares de gobierno corporativo y otros aspectos relacionados con esta materia, se puede consultar el Formulario 20-F publicado en el sitio de Relación con Inversionistas CCU, www.ccuinvestor.com.

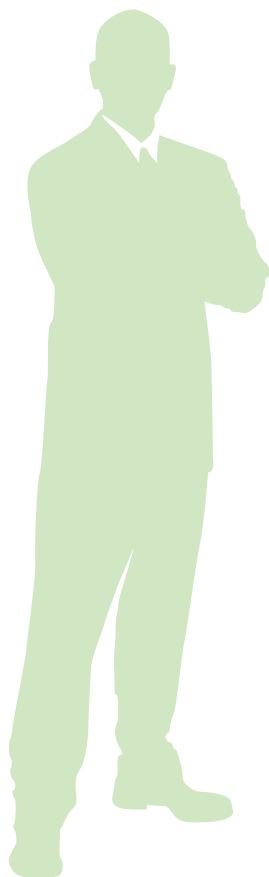
El Gobierno Corporativo de CCU se ejerce por medio del Directorio, el Comité de Directores, el Comité de Auditoría y la Gerencia General:

- ♦ **Directorio:** está integrado por nueve miembros representantes de todos los accionistas y es su responsabilidad garantizar la orientación estratégica de CCU y el control efectivo de su administración; anualmente el Directorio da cuenta a los accionistas de las actividades de la Compañía en la Junta General Ordinaria de Accionistas. En el desempeño de su labor, los directores disponen de una información completa y oportuna, formulada de buena fe, con la diligencia, dedicación y cuidado debidos y velando siempre por el mejor interés de la Compañía.

De acuerdo a la Ley de Sociedades Anónimas, el Gerente General de una sociedad anónima abierta como es CCU, no puede ser director. La misma Ley, no exige la participación de un representante de los trabajadores en el Directorio.

El Directorio es asistido por el Comité de Negocios que está integrado por cuatro directores, dos ejecutivos y un asesor, y se encarga de analizar en profundidad los asuntos de negocios que se presentan al conocimiento y decisión del Directorio.

- ♦ **Comité de Directores:** está formado por tres directores, dos de ellos independientes del accionista controlador. El Comité de Directores tiene como principales funciones examinar los estados financieros presentados, así como también los informes de los auditores externos al balance y pronunciarse a su respecto en forma previa a ser presentados a la junta de accionistas para su aprobación, asimismo propone los auditores independientes y clasificadores de riesgo de la Compañía. Examina e informa al Directorio todas las operaciones y contratos entre empresas relacionadas y aquellos donde algún director pueda tener interés y las demás materias que le encomiende la ley, una junta general de accionistas o el Directorio, en su caso.



- ♦ **Comité de Auditoría:** establecido en 2005 en cumplimiento a la Ley Sarbanes-Oxley de EE.UU., está integrado actualmente por cuatro directores, todos ellos independientes, de acuerdo a la citada normativa. Sus funciones dicen relación con la supervisión de los procesos de informes financieros y contables de la sociedad y de las auditorías de los estados financieros. Es responsable de la contratación y supervisión de los auditores externos, debiendo fiscalizar su independencia y resolver los desacuerdos entre éstos y la administración. También le corresponde tratar las quejas recibidas respecto de la contabilidad, controles contables y materias de auditoría, tanto de parte de terceros, como de todos los trabajadores de CCU, bajo el Procedimiento de Denuncia, que se explica más adelante en este mismo capítulo.
- ♦ **Gerencia General:** reporta su accionar al Directorio y para llevar a cabo la gestión empresarial, cuenta con la colaboración del Comité de Dirección.

El Comité de Dirección está integrado por gerentes de las Unidades de Negocio (UEN) y Unidades de Apoyo Corporativas (UAC). Este Comité participa en el diseño del Plan Estratégico de la Compañía y sus filiales, debiendo, una vez aprobado por el Directorio, velar por su cumplimiento.

2. Ética y Transparencia

La política de comunicación y transparencia de CCU garantiza que todos sus accionistas e inversionistas tengan acceso a información relevante y actualizada en forma íntegra, oportuna y veraz, permitiendo que se formen una opinión clara acerca de los negocios que conduce la Compañía.

Los principios éticos y de transparencia que gobiernan el actuar de la Compañía, que están descritos en el capítulo **Perfil Corporativo de CCU** de este informe, consideran la existencia de dos Comités, el de Divulgación y el de Conducta en los Negocios y un Encargado de Prevención de Delitos, implementado conforme a la ley 20.393. (Ver más detalle respecto al Modelo de Prevención de Delitos en Perfil Corporativo).

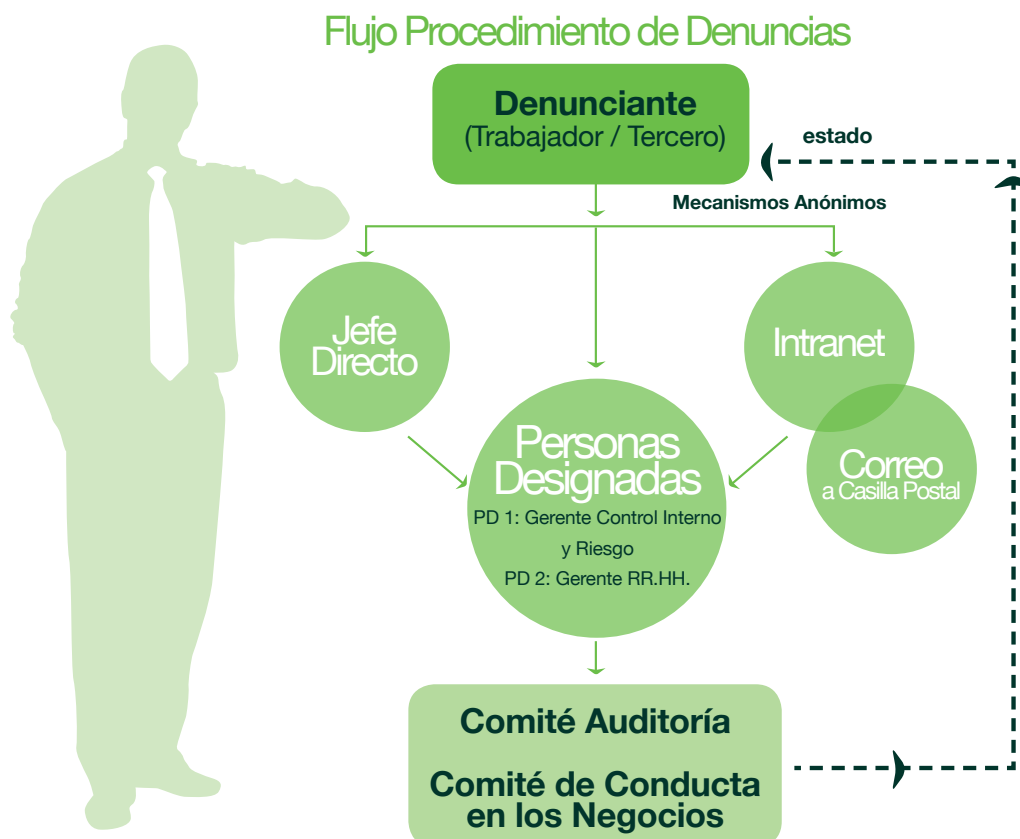
- ♦ **El Comité de Conducta en los Negocios:** está presidido por el Gerente Corporativo de Recursos Humanos e integrado por el Gerente General, el Contralor General, el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, el Gerente Legal y el Gerente de Control Interno y Administración de Riesgos. Tiene por objeto velar por el ámbito valórico y el cumplimiento del Código de Conducta en los Negocios de CCU.
- ♦ **El Comité de Divulgación:** está integrado por el Gerente General, el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, el Contralor General, el Gerente Legal, Gerente de Asuntos Corporativos, el Gerente de Relación con Inversionistas y el Gerente de Control Interno y Administración de Riesgos. Este comité tiene por objeto supervisar el proceso de comunicaciones que efectúe la Compañía al mercado, a sus accionistas, a las entidades fiscalizadoras o reguladoras y al público en general.
- ♦ **Encargado de Prevención de Delitos:** rol ejercido por el Contralor General. Tiene por objeto velar por el correcto establecimiento y operación del Modelo de Prevención de Delitos. (Ver más detalle sobre el Modelo de Prevención de Delitos en capítulo Políticas y Normativas de CCU).

En 2005, en el marco de las buenas prácticas comerciales y como exigencia de la Ley Sarbanes-Oxley de EE.UU, CCU puso en marcha un Procedimiento de Denuncias que se incluye en el Código de Conducta en los Negocios. Este permite a todos los trabajadores de CCU y sus filiales y a personas externas, informar o denunciar actividades cuestionables, que puedan violar procedimientos de contabilidad y controles internos, materias de auditoría, principios éticos de la Compañía, así como también, incumplimientos al Modelo de Prevención de Delitos o la posible comisión de los delitos tipificados en la ley 20.393.



Las denuncias pueden ser anónimas. Para canalizarlas existe la Intranet, el envío de una carta confidencial o contactar a las personas designadas para estos efectos.

Respecto a personas externas, en el Portal de Proveedores, se informa de este procedimiento y la forma cómo ellos pueden hacer sus denuncias.



En sus seis años y medio de implementación, el procedimiento ha recibido 112 denuncias, de las cuales 19 se realizaron en 2011. Mayoritariamente la vía de comunicación es a través de correo electrónico, cartas e intranet, y provenientes de prácticamente todas las unidades de la Compañía y de las cuales fueron investigadas 89 denuncias. En este período, producto de las investigaciones, se han producido 44 desvinculaciones o renuncias, de las cuales un 23% afectó al nivel gerencial, un 57% al nivel de jefatura y supervisión y un 20% a otros trabajadores.

De las 19 denuncias, un 59% fueron de origen interno (trabajadores), un 41% de origen externo (proveedores, clientes, otros). Las materias de las denuncias corresponden principalmente a vulneración de controles e incumplimiento de procedimientos (51%), sustracción o uso indebido de activos (32%) y temas referidos a conflictos de interés y negociación incompatible (17%).

Como resultado de las investigaciones producto de las denuncias, se produjeron 10 desvinculaciones o renuncias, además de cartas de amonestación y recomendaciones para mejorar procesos de control.

Por su parte, el Código de Conducta en los Negocios de CCU, cuenta con un capítulo en el que define y entrega directrices a los trabajadores, para evitar posibles conflictos entre sus intereses particulares y los de la Compañía, esto sin perjuicio de que el conflicto de interés respecto de los directores y los ejecutivos principales está regulado por la Ley de Sociedades Anónimas.

3. Proceso de Administración de Riesgos Estratégicos

Con el objeto de administrar y mejorar los riesgos a que podrían estar sujetas las operaciones de la Compañía, desde 2006 la gestión de este tema se encuentra de manera explícita en la agenda de la Administración de CCU, constituyendo una buena práctica de su Gobierno Corporativo casi inédita a nivel de empresas en el país.

Definida como una actividad de la alta gerencia de la organización, el Proceso de Administración de Riesgos Estratégicos tiene por objeto otorgar un nivel razonable de seguridad respecto de la identificación y administración de los riesgos a los que está expuesta la Compañía. Para ello, se definió una metodología basada en una autoevaluación, que entrega un marco integrado de administración de riesgos para identificar, evaluar, priorizar, administrar, monitorear y comunicar.

La estructura de este proceso está integrada por: Gerente General CCU, Comité de Dirección de CCU, Gerentes Generales y Gerentes Corporativos de las Unidades de Negocio, Área de Administración de Riesgos y Auditoría Interna.

El Proceso de Administración de Riesgos Estratégicos, está implementado en las principales unidades y durante el año 2011 se actualizaron los riesgos según los nuevos Lineamientos Estratégicos definidos para el año 2012 y se actualizaron los planes de mitigación.

“CCU posee una administración integral de riesgo, que permite anticiparse a situaciones que puedan generar algún tipo de pérdida económica u operacional. Esta administración integral se va modificando y adaptando a través del tiempo, según sean las necesidades”.

Oswaldo Espinoza,
Gerente Control Interno y Riesgo CCU S.A.

70

4. CCU cerca de sus Accionistas



CCU realiza varias acciones orientadas a entregar información oportuna a sus accionistas y a la comunidad en general:

- La Compañía entrega trimestralmente un detallado análisis de sus resultados por cada área de negocios.
- Luego de esta entrega, el Gerente General, realiza una conferencia telefónica donde explica los lineamientos estratégicos de CCU y responde las preguntas de analistas e inversionistas.
- Adicionalmente la Compañía hace públicos sus volúmenes de ventas, en forma trimestral.
- CCU participa en conferencias y realiza “roadshows” anualmente en Estados Unidos y Europa.
- Entrega información adicional, tanto a nivel consolidado como por segmento de negocio, en su Memoria Anual y en el Formulario 20-F.
- La información acerca de la Compañía es constantemente actualizada y detallada en el sitio de Relación con Inversionistas de CCU, www.ccuinvestor.com.

CCU, siempre cerca de la Comunidad

En CCU el permanente desarrollo de la sustentabilidad es indispensable e incluye programas y campañas con los diferentes públicos objetivos, además en el marco de una gestión de Responsabilidad Social, CCU desarrolla cuatro áreas hacia la comunidad.

- CCU en el Consumo Responsable de Alcohol
- CCU en el Deporte
- CCU en la Cultura
- CCU en el Apoyo Solidario

Indicadores Reportados

4.12 FP4

1. CCU en el Consumo Responsable de Alcohol

Desde hace más de 18 años que CCU, mediante programas y diferentes campañas, ha logrado posicionarse en la comunidad como un agente activo en la difusión del Consumo Responsable de Alcohol (CRA).

El 2011 fue un activo año en cuanto a la difusión del Consumo Responsable de Alcohol tanto en Chile como en Argentina. Por ejemplo, el programa Educar en Familia estuvo presente en Santiago, Viña del Mar y Concepción, sumado a toda la difusión realizada por CCU Argentina en las ciudades de Salta y Santa Fe. Además, en Fiestas Patrias y fin de año, CCU, junto con Carabineros de Chile, realizó la campaña “Cuida tu vida; cruza con responsabilidad”, que entregó diferentes consejos a peatones y automovilistas y tuvo presencia en las principales ciudades y balnearios del país. Del mismo modo, colegios particulares, trabajadores, clientes y consumidores de CCU y la comunidad en general recibieron la información y consejos sobre Consumo Responsable de Alcohol.



Para padres

PROGRAMA EDUCAR EN FAMILIA CCU:

Desde hace 12 años que Educar en Familia CCU busca apoyar y fortalecer el rol de los padres en la formación de sus hijos. Para ello ha promovido el diálogo familiar en torno al Consumo Responsable de Alcohol, destacando como primera variable de responsabilidad, que su ingesta la realicen personas mayores de 18 años. Este programa se lleva a cabo por medio de:

- **Educar en Familia Colegios Particulares:** Los talleres están orientados a los intereses y requerimientos de apoderados de colegios particulares. En 2011, el taller se efectuó en siete colegios particulares de la Región Metropolitana y reunió a más de 500 padres.
- **Educar en Familia en Cárceles:** Esta iniciativa se desarrolla desde hace 5 años en conjunto con Gendarmería de Chile. Su objetivo es fomentar la autoestima de los funcionarios e internos, otorgándoles herramientas de comunicación para que puedan aportar a la prevención del consumo de alcohol en sus hijos.

En 2011 se realizaron por primera vez talleres para los funcionarios de Gendarmería. Se logró una asistencia de 640 personas entre trabajadores de la institución e internos del Centro Penitenciario de San Miguel y del Centro de Detención Preventiva (CDP) Santiago I.



Alcance hasta 2011	Educar en Familia Colegios Municipales	Educar en Familia Colegios Particulares	Educar en Familia en Argentina
	37 comunas	58 colegios	115 colegios
	540 colegios	12 mil familias	7.760 familias
	42.500 familias		
	960 monitores		
	2620 Funcionarios e internos		

“Educar en Familia, sensibiliza sobre el Consumo Responsable de Alcohol e instala una semilla que tiene que seguir prosperando y abordándose en la familia, en el colegio y como sociedad”.

Selva Careaga,
Psicóloga e Integrante del Comité Educar en Familia CCU

Para trabajadores

CCU se preocupa de promover el Consumo Responsable de Alcohol al interior de la Compañía utilizando modalidades e-learning y un manual de autoinstrucción. El alcance de la iniciativa es del 100% de los trabajadores en Chile y Argentina. La Intranet de CCU cuenta, además, con un sitio permanente del programa “Educar en Familia”.

Para la comunidad

Campaña Festividades:

En conjunto con Carabineros, CCU desarrolla un plan anual de actividades en todo Chile entregando a la comunidad recomendaciones sobre cómo celebrar con responsabilidad.

“Carabineros de Chile considera favorable la oportunidad de generar estrategias con CCU y que se preocupen de la implementación de iniciativas en el área de tránsito y la prevención de accidentes”.

Teniente Coronel Jorge Valenzuela,
Jefe del Departamento de Tránsito y
Carreteras de Carabineros de Chile

Este 2011, las campañas se focalizaron en difundir preferentemente mensajes para los peatones, ya que son ellos, según cifras de Carabineros, quienes en Fiestas Patrias y fin de año están involucrados en más del 50% de los accidentes. Es así como se desarrolló la campaña “Cuida tu vida; cruza con responsabilidad”, la que tuvo presencia en todo Chile.

Campaña Fiestas Patrias: En septiembre se instalaron lienzos en pasos vehiculares de alto tránsito en las más importantes ciudades y balnearios del país, en los que se invitaba a los peatones y conductores a tomar medidas de seguridad en la vía pública y a celebrar las Fiestas Patrias con responsabilidad. La campaña fue complementada con avisos de prensa en los principales medios escritos de circulación nacional.



Campaña Fiestas fin de año: En diciembre se continuó con la campaña “Cuida tu vida; cruza con responsabilidad”. La puesta en marcha de la iniciativa se hizo en importantes intersecciones de ciudades como Santiago, La Serena, Viña del Mar, Valparaíso, Concepción y Temuco, donde en cada esquina, jóvenes desplegaron lienzos en el momento que se prendían las luces rojas en los semáforos. Además, se complementó la campaña con el recorrido de motocicletas con paletas publicitarias en lugares de alta concurrencia en la capital. Esta campaña fue ampliamente difundida en prensa escrita, portales Web y en los principales medios de comunicación nacional llamando a la ciudadanía a festejar responsablemente.

Para nuestros clientes



Programa Educar en Familia CCU en Negocio Redondo: El programa “Negocio Redondo” es una iniciativa de Cerveza Cristal que busca entregar herramientas básicas de gestión de la microempresa y computación a los clientes preferentes de almacenes y botillerías. Siguiendo la línea de apoyo a estos clientes, se decidió agregar dentro del calendario de estudios y actividades el Programa “Educar en Familia CCU”, ya que como comerciantes responsables, es importante que conozcan y manejen a la perfección el concepto de consumo responsable de alcohol. Los talleres se hicieron en las sedes de Valparaíso, Viña del Mar y Santiago, esperando en 2012 ampliar la difusión a Concepción y La Serena.

En Argentina:

No venta de alcohol a menores

Los más de 9.000 comercios minoristas que venden nuestros productos en Salta y Santa Fe recibieron la campaña No venta de alcohol a menores. La iniciativa incluyó la entrega de:

- Calcomanías con la leyenda “Aquí no vendemos alcohol a menores de edad”
- Un folleto explicativo de la norma municipal vigente
- Una carta presentando este programa de CCU Argentina que promueve la no venta de alcohol a menores desde los puntos de venta



Disfrutá con Responsabilidad

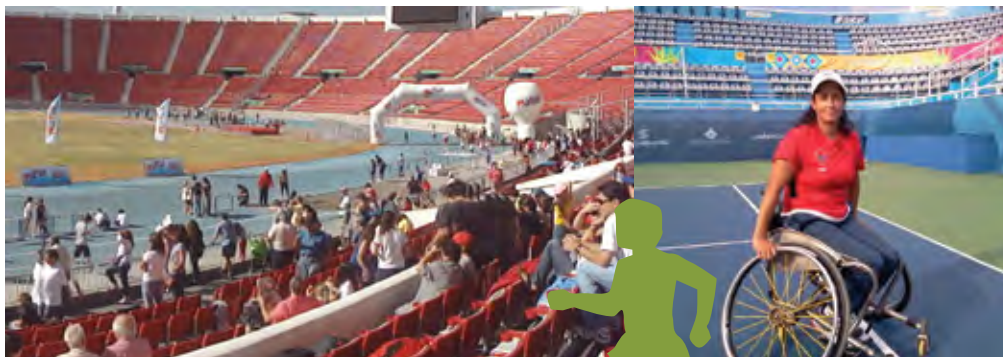
Esta campaña acompañó los eventos más importantes en las ciudades de Salta y Santa Fe difundiendo el decálogo del consumidor responsable de alcohol e invitando a la comunidad en general a mantener una actitud responsable en el consumo de bebidas alcohólicas. La acción se realizó mediante campañas publicitarias de radio, TV, gráfica y el reparto de material informativo en los eventos.

En lo que va de 2011, Disfrutá con responsabilidad acercó su mensaje a los eventos masivos de las ciudades de Salta y Santa Fe, como la Maratón Santa Fe-Coronda, Cerveza Santa Fe Música en el Río, la competencia de Turismo Carretera 2000, el Top Race, la Serenata a Cafayate, la Copa América de Fútbol y el Día de la Primavera.



2. Promoviendo la Actividad Física: CCU en el Deporte

El deporte es una actividad que despierta gran interés en la vida de los chilenos. Además de contribuir al trabajo en equipo, al encuentro con los amigos y a la entretención familiar, la práctica de actividad física, junto a una buena alimentación, es fundamental para tener un estilo de vida saludable, equilibrando nutrición y gasto calórico, lo que ayuda en la prevención de la obesidad.



“Mi gran apoyo es CCU. Cada vez que quiero emprender algo nuevo, siento que CCU está conmigo. Aquí validan a las personas, se preocupan de hacer proyectos enfocados en personas que lo necesitan, y eso hace que me sienta apoyada incondicionalmente”.

Francisca Mardones,
Tenista CCU y medallista en
Parapanamericanos de Guadalajara 2011

CCU es reconocida como una empresa que apoya con fuerza el desarrollo del deporte por medio de sus marcas comerciales, las que destinan parte importante de su presupuesto de marketing al auspicio de jugadores, clubes y actividades deportivas, buscando con ello mejorar la calidad de vida de las personas.

Adicionalmente, en términos corporativos, CCU continúa apoyando económicamente a la destacada tenista nacional en silla de ruedas Francisca Mardones, quien gracias a ello ha podido fortalecer su trabajo, encontrándose hoy entre las 25 mejores tenistas profesionales a nivel mundial. En 2011, Mardones tuvo una destacada campaña, alcanzando la Medalla de Bronce en los Juegos Parapanamericanos de Guadalajara, resultado que se suma a destacadas participaciones en otros torneos nacionales e internacionales.



CCU y sus marcas: todos apoyando el deporte y la vida saludable

• Cerveza Cristal siguió apoyando en forma permanente durante 2011 a equipos de primera, segunda y tercera división del campeonato de Fútbol Nacional. Asimismo, renovó como auspiciador oficial de la Selección Nacional de Fútbol, a la cual acompaña rumbo al Mundial de Brasil 2014.



• Cerveza Cristal continuó auspiciando a la Asociación de Deportistas Olímpicos, ADO Chile, corporación que desde 2006 apoya y contribuye al desarrollo del deporte de Alto Rendimiento en nuestro país, por lo que estuvo presente en los Juegos Panamericanos de Guadalajara. En 2011, ADO Chile premió a Cristal por ser una de las marcas que siempre están apoyando al desarrollo del deporte chileno.

• Cerveza Cristal, con su producto Cristal Cero, se hizo presente en uno de los eventos más importantes del Mundo, como es el rally Dakar Chile-Argentina, donde fue el auspiciador oficial de Eliseo Salazar. Además, acompañó al destacado piloto nacional en su Fiat Abarth 500 durante toda la temporada de rally en Chile.

76



• Cerveza Cristal fue también auspiciador de otros deportes, como el rodeo, sobre todo en el Champion de Chile, la hípica, en el Ensayo y el Derby, además del tenis, entre otros.

• Royal Guard entregó a todos sus clientes y comunidad la oportunidad de ver a los mejores ex tenistas del Mundo en el ATP Royal Guard Champions Tour realizado en el Court Central del Estadio Nacional. El evento reunió a Marcelo “Chino” Ríos, al argentino Mariano Zabaleta, al austríaco Thomas Muster y al español Carlos Moyá, entre otros.

• En 2011, Heineken fue el auspiciador oficial de la UEFA Champions League y del Mundial de Rugby de Nueva Zelanda.

• Bilz y Pap realizó en 2011 la Séptima Copa de Futbolito Bilz y Pap que se disputó en las ciudades de Santiago, Viña del Mar, Concepción, La Serena y Temuco. El certamen reunió a más de 2.400 niños de cerca de 250 colegios. Solo 5 equipos de hombres y 5 equipos de mujeres (los mejores de cada sede) llegaron a la Gran Final que se disputó en Complejo Deportivo Iván Zamorano en la ciudad de Santiago.

• Adicionalmente, Bilz y Pap incentivó el deporte infantil por medio del “Desafío sobre ruedas Bilz y Pap”, donde niños de entre 6 y 14 años corrieron con distintos elementos, como patines, bicicletas, skates, longboards y sillas de ruedas, en una entretenida mañana en el Parque O’Higgins. Este evento convocó a más de 1.000 personas, que disfrutaron del deporte entretenido y la vida al aire libre junto a sus familias.



• Bilz y Pap auspició la corrida Cartoon Network, que reunió a más de 2.500 duplas de padres e hijos en el Parque Alberto Hurtado.

• El Canada Dry Golf Tour es el primer circuito de golf amateur de alcance nacional. Comenzó en 2002 y se ha desarrollado en diferentes ciudades del país. En 2011, más de 1.200 golfistas compitieron en este tour.

• Gatorade comenzó el año volviendo a ser el hidratador oficial del Ironman de Pucón 2011, y en abril, la marca estuvo en la Maratón de Santiago hidratando a los más de 25 mil competidores. A lo largo del año, la principal marca de bebidas isotónicas del país se hizo presente en más de 150 actividades deportivas.

• Año a año, Gatorade realiza una labor educativa difundiendo la importancia de la hidratación y las conductas saludables. En 2011 realizó la sexta versión de las Jornadas del GSSI (Gatorade Sports Science Institute), iniciativa patrocinada por la Sociedad Chilena de Medicina del Deporte (SOCHMEDEP) y la Universidad de Las Américas.

• Agua Mineral Cachantun nuevamente fue auspiciador del Torneo ATP de Viña del Mar. Por su parte, el team de hidratación de Cachantun estuvo presente en las principales corridas, campeonatos, ligas y eventos deportivos del país durante todo el año.



- El Agua Purificada Nestlé Pure Life hidrató a los miles de participantes de la Maratón de Santiago realizada en abril de 2011.
- Recordando la fuerte relación que tiene Watt's con el deporte, la ecología, medio ambiente y vida sana, la marca lanzó un nuevo proyecto, llamado “La Bicicleta Verde”, consistente de paseos turísticos en bicicleta para 40 personas, en paisajes tanto diurnos como nocturnos, por puntos turísticos de Santiago, como La Chascona, el Parque Metropolitano, el Barrio Patronato, entre otros.
- La Copa Natur de Atletismo es otra muestra del importante esfuerzo que realiza CCU por masificar la práctica del deporte y generar mayor cultura por la vida sana. Este evento deportivo se realiza hace 14 años, y es la segunda competencia más importante en organización y convocatoria de Chile. En 2011, luego de seis fechas que se realizaron en varias ciudades de Chile y también en la pista atlética del Estadio Nacional, los ganadores fueron La Maisonette en mujeres y el Colegio Apoquindo en hombres.



- Gato, ratificando su permanente compromiso con el deporte, organizó en Temuco e Iquique la novena versión de la tradicional “Copa Gato”, que enfrentó a clásicos rivales del fútbol chileno. En febrero jugaron Colo Colo con Universidad de Chile, y en agosto, el equipo albo con Universidad Católica.
- CCU Argentina en Santa Fe y Salta continuó con el apoyo a diferentes instituciones deportivas, como Club Atlético Unión, Club Atlético Colón, Liga Santafesina de Fútbol, Santa Fe Fútbol Club y todos los clubes de rugby de la ciudad: Santa Fe Rugby, Club Universitario Santa Fe, Charoga Club, La Salle Club, Club de Rugby Ateneo Inmaculada. En Salta, los clubes beneficiados son: Central Norte de Salta, Juventud Antoniana de Salta, Aero Club de Salta, Club Profesionales de la Loma, Complejo Polideportivo de Orán, Club Libertad, Complejo Confraternidad, Unión de Rugby de Salta y Jockey Club de Salta.



3. CCU en el Arte

Desde hace más de 18 años CCU ha acercado el arte a la gente y le ha brindado su apoyo permanente, posibilitando que miles de chilenos puedan conocer y disfrutar de las creaciones de destacados artistas nacionales consagrados y emergentes.

Beca Arte CCU:

En 2011 se otorga la primera Beca Arte CCU con la intención de fortalecer el desarrollo e internacionalización de artistas chilenos contemporáneos profesionales, de crear instancias que promuevan el diálogo e intercambio de experiencias y conocimientos con artistas e instituciones ligadas al arte mundial, de favorecer la circulación y difusión de obras, como también de generar redes de contacto.



La ganadora del primer lugar fue Alejandra Prieto Suárez, licenciada y magister en Artes Visuales. La artista realiza experimentos formales entre materiales y objetos para establecer asociaciones inesperadas entre ellos.



El segundo lugar fue para Isidora Correa Allamand, y el tercer lugar lo compartieron María Soledad Pinto Sánchez y Gianfranco Foschino Navarro.

La Beca Arte CCU contó con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, el diario El Mercurio y la galería internacional Y Gallery. Esta beca será otorgada cada dos años.



“En Nueva York el apoyo y preocupación por parte de CCU ha sido constante, estando atentos a cualquier requerimiento. Definitivamente la Beca Arte CCU me va a servir para desarrollar mi trabajo”.

Alejandra Prieto,
Ganadora Beca Arte CCU

Exhibiendo a nuestros artistas:

Sala de Arte CCU

Inaugurada en agosto de 2008, la Sala es un referente de la escena plástica nacional donde se exhiben proyectos de artistas nacionales de diversas generaciones y trayectorias, con énfasis en expresiones de vanguardia, aportando con ello a la comprensión y disfrute del arte para el bien de las personas. Junto con esta línea de trabajos curatoriales, CCU cuenta con un espacio especialmente desarrollado para muestras de carácter social. Durante 2011 recibió cerca de 7.000 visitas.



Muestras de foco curatorial:



- “Tierra Baldía” (marzo-abril): Instalaciones de Constanza Alarcón, Marcela Duharte, Tomás Fernández.
- “La Imagen Domesticada” (mayo-julio): Fotografías y videos de Alexis Mandujano y José Zubicueta
- “Dulce Compañía” (julio-septiembre): Escultura, instalación y fotografías de Pedro Tyler.
- “Esteganografía” (septiembre-noviembre): Instalación de Javier González y Cristián Salineros.
- “Analogía de los Contrarios” (diciembre-enero): Exposición colectiva de escultura, artistas de la Universidad Finis Terrae.

80



Muestras de foco social:

- “Fragmentos Textiles” (marzo-abril): Arte textil, jóvenes del Taller Flor de Arte de Fundación Coanil.
- “Memorias de Paine” (mayo-julio): Arte textil del Taller Bordadoras de Paine.
- “Tiempo Pleno” (julio-septiembre): Pintura del taller de adultos mayores de la Corporación Cultural La Araucana.
- “Pequeños Artistas, Grandes Obras” (octubre-noviembre): Pinturas del taller de Arte Teletón.
- “Mi Familia” (diciembre-enero): Fotografías colectivo estudiantes de los colegios Carlos Oviedo Cavada y Cardenal José María Caro de Fundación Belén Educa.



Apoyo a exposiciones externas

CCU apoya a artistas chilenos contemporáneos emergentes y consagrados en distintas disciplinas, en galerías, museos, centros culturales, etc., llegando a auspiciar anualmente a más de 50 proyectos expositivos.

Exposiciones itinerantes:

Con la intención de descentralizar el arte de sus lugares habituales de exhibición, desde 1994 se han realizado en regiones, municipalidades, colegios, universidades y centros hospitalarios más de 100 exposiciones itinerantes de la colección CCU.

Nuestra colección:

La Compañía ha generado una valiosa colección de más de 350 obras de artistas nacionales emergentes y consagrados. Gran parte de ellas son exhibidas en exposiciones itinerantes o instaladas en oficinas o plantas de CCU, dentro y fuera de Santiago. Asimismo, la colección puede ser visitada en www.ccuenelarte.cl



CCU Argentina en la Cultura:

Nuestra filial CCU Argentina también desarrolla la línea artística en su interacción con la comunidad. Es así como en las ciudades de Salta y Santa Fe se realizaron en 2011 las siguientes iniciativas:

Salta

- **Sala Cerveza Salta en Pro Cultura:** Se realizó un ciclo bimensual de muestras de artistas salteños, abiertas al público y con entrada gratuita. Más de 800 personas las visitaron.
- **Acústicos Cerveza Salta:** Con el objetivo de promover la cultura local joven, la Compañía organizó el ciclo Acústicos Cerveza Salta, que consiste en presentaciones gratuitas de músicos salteños en el marco de un programa de intensa difusión, que recibe una importante afluencia de público.

Santa Fe

- **Casa de la Cervecería Santa Fe:** El nuevo espacio, que relata la historia centenaria de la planta de Santa Fe, recibió durante 2011 una cantidad récord de visitas, transformándose en uno de los museos emblemáticos de la ciudad de Santa Fe.
- **Acústicos en Cervecería Santa Fe:** Al igual que en Salta, se desarrollaron los Acústicos en Cervecería Santa Fe, con presentaciones gratuitas de músicos de la zona. Se realizaron cinco recitales y 1.500 personas participaron de la actividad.



- **Viernes culturales en Cervecería Santa Fe:** Con el objetivo de seguir fortaleciendo el vínculo con las manifestaciones culturales de la ciudad de Santa Fe, se continuó el ciclo "Viernes culturales en Cervecería Santa Fe". Más de 20 reconocidos artistas locales, de diferentes disciplinas, presentaron sus obras. La actividad atrajo a más de 1.000 personas durante todo el año.

4. CCU en el Apoyo Solidario

CCU busca mejorar la calidad de vida de la comunidad con programas que apoyen la educación y actividades de voluntariado que fomenten el crecimiento personal de sus trabajadores.

Apoyando la Calidad de Vida

En 2011 se destaca la participación de CCU como integrante fundador del programa público privado “Elige vivir sano”, impulsado por el Gobierno de Chile y liderado por la Primera Dama, Cecilia Morel. Por medio de nuestra marca Cachantun contribuimos a la difusión de prácticas de vida saludable en toda la población, promoviendo dos conceptos esenciales para la vida sana, como son la alimentación saludable y la actividad física.



82

Programa Apoyando la Educación

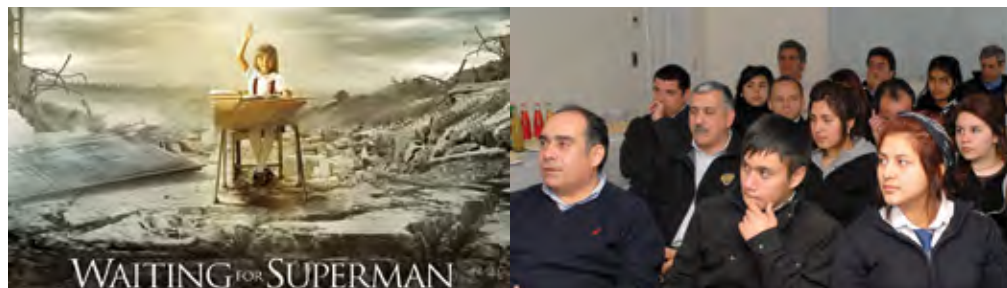
En Chile:

Elige Educar

Desde 2010, CCU participa como socio estratégico en el programa de bien público “Elige Educar”, auspiciado por el Ministerio de Educación de Chile, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y tres empresas privadas, entre las que se encuentra CCU. Este Programa busca promover que los alumnos de excelencia opten por estudiar las carreras de pedagogía.



Los objetivos del programa Elige Educar al 2014 son que uno de cada cinco matriculados en Educación provenga del 20% de los mejores estudiantes, y que la profesión docente se sitúe dentro de las cinco carreras con mayor valoración social en Chile.



La participación de CCU en este programa se une a las otras iniciativas de carácter educativo desarrolladas por la Compañía, entre las que destacan:

- Becas Educativas
- Donaciones a instituciones de beneficencia y eventos solidarios.

CCU te Apoya



Coordinado por el área de Recursos Humanos, el programa “CCU te Apoya” busca contribuir en la educación de los hijos de sus trabajadores, reconociendo y premiando el esfuerzo por alcanzar la excelencia académica. Este beneficio está destinado a todos los trabajadores de CCU, filiales y coligadas en Chile y está abierto a todas las familias de quienes trabajan en la Compañía: ejecutivos, profesionales, técnicos y operarios.



En 2011 se aumentó la cantidad de becas entregadas, beneficiando a siete alumnos en total. Estos estudiantes se sumaron a los tres reconocidos anteriormente, quienes este año mantuvieron su beneficio al cumplir con todos los requisitos necesarios.

Asimismo, en 2011 se premió a 40 hijos de trabajadores de CCU de todas las filiales a lo largo de Chile, entregándoles computadores en reconocimiento a su desempeño escolar.

En Argentina:

En este mismo ámbito de Educación, durante el año 2011 nuestra filial CCU Argentina realizó las siguientes actividades:

Becas universitarias: La Compañía mantiene su programa que actualmente beca a seis alumnos de la Universidad Nacional del Litoral en Santa Fe y lanzó un nuevo plan de Becas de Investigación Aplicada, dirigido a alumnos de la Universidad Nacional de Salta.

Padrinazgo: En Salta, la Compañía renovó su compromiso de apadrinado con la escuela Coronel Diego Lucero, en la localidad de Rivadavia Norte, en la zona conocida como el Chaco Salteño. Un grupo de voluntarios de la Compañía viajan todos los años a esta alejada localidad para llevar donaciones y colaborar en la construcción y refacción de la institución.

Talleres Cervecería Santa Fe y Cerveza Salta, junto a la Universidad Nacional del Litoral y a la Universidad Nacional de Salta: El programa anual de talleres tuvo su primera edición en Salta y su quinta en Santa Fe bajo las temáticas de Manufactura de Clase Mundial y Calidad como pilar de las organizaciones.

“Con CCU hemos podido lograr una interacción con la industria que permite formar profesionales para sus necesidades, con experiencia directa en el campo real y trabajo”.

Mónica Farfán,
Presidenta del Consejo de Investigación
de la Universidad Nacional de Salta



Programa Voluntariado Corporativo CCU “Con Compromiso Unidos”

El programa Voluntariado Corporativo CCU “Con Compromiso Unidos” busca mejorar la calidad de vida de la comunidad permitiendo a todos quienes trabajan en CCU participar de actividades solidarias que en muchas ocasiones, en forma individual, son difíciles de realizar. “Con Compromiso Unidos” cuenta con varias áreas de participación:



Un Techo para Chile: Desde 2003, CCU ha participado en construcciones conjuntas con Un Techo para Chile. Hasta el 2011 se realizaron actividades por filiales en las que se formaron cuadrillas entre los voluntarios asistentes, sus familias y los pobladores (construcciones de mediaguas). También se hicieron construcciones que involucraron a más de una filial.

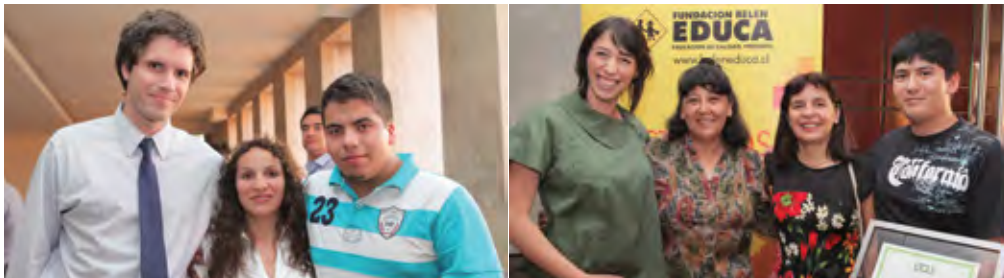
En octubre de 2011 se realizó una actividad con voluntarios de PLASCO y ECCUSA. Se construyó el segundo piso de la sede social del condominio Eben Ezer de Renca. La ampliación de la sede benefició a más de 76 familias y 120 niños. Ahora pueden impartir talleres de arte, clases de matemáticas e inglés en la sede y además pudieron habilitar una biblioteca y sala de computadores.

Compartir en Navidad: CCU, junto a sus filiales Grupo San Pedro Tarapacá, ECCUSA, CCU Chile y PLASCO, apadrinan seis hogares de menores. Realizan visitas y trabajos de mejora en los hogares. Para Navidad se entregan regalos y se realiza una fiesta navideña.

Campaña I+I: Aporte monetario de trabajadores CCU y la empresa a diversas instituciones de beneficencia. En 2011 fueron 618 los trabajadores que colaboraron con las fundaciones.

Asesoría a microempresarios: Mediante este programa, ejecutivos CCU y alumnos de ingeniería comercial de la Universidad Católica asesoran a microempresarios para que mejoren sus negocios. En esta iniciativa participaron seis ejecutivos de CCU, beneficiando en 2011 a seis microempresarios. Hasta la fecha se han formado 38 emprendedores.

Tutorías a Jóvenes: Trabajadores de CCU apadrinaron a 15 jóvenes del Colegio Juan Luis Undurraga de Quilicura, entregándoles apoyo social y educativo con el fin de incidir positivamente en su futura integración socioocupacional. Dos de estos alumnos recibieron la Beca CCU para poder continuar con sus estudios superiores. Hasta la fecha, 55 jóvenes han participado del programa de Tutorías a jóvenes.



Aportes Solidarios

CCU renovó en 2011 su compromiso con la Teletón. Por más de tres décadas la Compañía ha estado presente en esta iniciativa solidaria, a través de algunas de sus principales marcas comerciales.

En 2011, CCU, mediante Cerveza Cristal, Pisco Campanario Sour, Bilz y Pap, Agua Purificada Nestlé Pure Life y Watt's, aportó \$418.913.389.



Estas donaciones se suman a los aportes realizados por la Compañía en el ámbito social, cultural, deportivo y educacional, los que en 2011 totalizaron \$723 millones.

Proyecto Redes CCU

En CCU entendemos que como empresa somos un actor importante en la sociedad, sobre todo en las ciudades donde tenemos operaciones. Por lo mismo, es importante que como Compañía sepamos e identifiquemos a los grupos de interés y la manera de relacionarnos con ellos.

En 2011 se dio inicio al proyecto Redes CCU, que busca ser una herramienta práctica para todos quienes trabajamos en la Compañía y nos ayuda a dar respuestas específicas a las necesidades locales, responder a los objetivos estratégicos de la empresa y unificar los mensajes y el estilo CCU.

Este proceso se ha iniciado como "marcha blanca" en la ciudad de Temuco, donde CCU tiene operaciones con su planta cervecera. Durante 2012 se continuará con el plan en Temuco, y dependiendo de los resultados, se implementará en otra ciudad del país.

- ¿Cuáles son los principios que rigen la relación con nuestros grupos de interés?

Quienes trabajamos en CCU tenemos el COMPROMISO de ejercer un LIDERAZGO RESPONSABLE, siendo HONESTOS y CORDIALES con nuestros Grupos de Interés, lo que nos hará obtener su CONFIANZA.



CCU y sus Proveedores: Colaboración y Confianza

CCU trabaja con un importante número de proveedores de materias primas, insumos, equipos y servicios, con los que establece relaciones responsables, basadas en la mutua confianza, en el respeto a las normas y al medio ambiente, y especialmente en la búsqueda para ofrecer los productos de mejor calidad a los consumidores.

Indicadores Reportados

4.14 HR2 FP1 FP2

En Chile, en 2011 CCU trabajó con aproximadamente 3.000 empresas proveedoras locales y con 300 extranjeras, materializando compras anuales por un monto aproximado a US\$ 640 millones. En Argentina, la Compañía se relacionó con más de 2.800 proveedores locales y más de 150 fuera del país. Esto significa que en Chile y Argentina el 93% se privilegió por productores del mismo país.

En el mercado local, CCU es uno de los principales compradores de insumos y materias primas en su rubro, contribuyendo al desarrollo de las industrias relacionadas con productos como:

- Azúcar
- Botellas de vidrio
- Botellas plásticas
- Cebada malteada
- Concentrados de sabores
- Envases de aluminio
- Etiquetas
- Lúpulo
- Pulpas de fruta
- Resinas
- Tapas
- Uva y vino



1. Sello Pro Pyme

A finales de 2011, CCU se adhirió al Sello Pro Pyme, iniciativa impulsada por el Ministerio de Economía cuya principal recomendación es que los pagos a las empresas de menor tamaño se realicen en un plazo máximo de 30 días desde que la factura es recepcionada.

Es así como CCU S.A., CCU Chile, ECCUSA, Vending y Servicios, Transportes CCU, PLASCO, CRECCU y Comercial CCU fueron las unidades de la Compañía que firmaron el convenio. Sello ProPyme es un programa de carácter voluntario creado para fomentar el desarrollo de las PYMES, que son las empresas que facturan menos de UF 100.000 anuales. Este proyecto es de gran relevancia social, ya que las Pymes son actualmente la mayor fuente de trabajo del país y las principales responsables del empleo, de factores de innovación y de competencia. El Sello Pro Pyme entrará completamente en vigencia en CCU el último trimestre de 2012.



2. Política de Proveedores CCU

La selección de proveedores está normada de acuerdo al Código de Conducta en los Negocios CCU y la Guía de Buenas Prácticas-Proveedores CCU. Los principios vigentes en CCU, que interesa sean compartidos por sus proveedores, abarcan tres áreas:

- Conducta en los negocios
- Respeto por las personas
- Respeto por el medio ambiente

La Compañía tiene como desafío traspasar a sus proveedores la necesidad de cumplir con principios establecidos en su “Código de Conducta en los Negocios CCU”, principalmente los que dicen relación con conceptos como no discriminación, abolición de la explotación infantil, prevención del trabajo forzoso y prácticas de seguridad.

Esta política está permanentemente respaldada a través de las siguientes actividades:

1. Búsqueda y desarrollo continuo de proveedores idóneos y apoyo a su fortalecimiento y especialización.
2. Certificación y evaluación periódica de proveedores para las distintas unidades.
3. Promoción continua de la aplicación de las mejores prácticas legales, comerciales, industriales, laborales y administrativas.
4. Entrega de herramientas tecnológicas que apoyen la gestión administrativa.
5. Perfeccionamiento de los recursos humanos de la Compañía que interactúan con proveedores en cuanto a conocimientos técnicos, comerciales y administrativos.

3. Certificación de Proveedores

Con el objetivo de evaluar bajo un parámetro homogéneo a sus empresas proveedoras, CCU creó el “Proceso de Certificación de Proveedores”, sistema de evaluación, certificación y seguimiento del cumplimiento de normas ambientales, sanitarias, laborales y de calidad.

La calificación obtenida por los proveedores certificados durante este proceso es considerada durante la selección y asignación de las compras que realiza CCU, generando así un incentivo para mejorar sus estándares.

88



4. Convenio con SII para impulsar Mipymes

Durante 2011 se consolidó el desarrollo del convenio suscrito en 2009 con el Servicio de Impuestos Internos (SII) para entregar herramientas que mejoren la competitividad y participación en la economía del país de las micro, pequeñas y medianas empresas, adoptando tecnologías y prácticas de negocios que favorezcan su desarrollo y correcta tributación, potenciando así su capacidad de gestión.

La iniciativa, denominada Programa de Responsabilidad Social Tributaria (RSET), busca que las grandes compañías contribuyentes promuevan, impulsen y apoyen la capacitación de sus proveedores Mipymes en la adopción de la facturación electrónica.

Las principales ventajas de este sistema son: Ahorro en costos de impresión, timbraje y envío de documentación al cliente, ahorro en costos de almacenaje y búsqueda de documentación de facturas de venta, asegurar la recepción inmediata de facturas por parte de los clientes, acelerar operaciones de confirming a menores costos que el factoring tradicional y contribuir a evitar multas por eventuales pérdidas de documentos timbrados sin emitir.

En 2011, mediante sus áreas de Abastecimiento y Finanzas, y con la participación del SII, se capacitó a 260 proveedores en seis regiones del país en la implementación de la Facturación Electrónica. A la fecha, más de 1.300 proveedores de CCU emiten factura electrónica. Esta iniciativa se destaca porque permite:

- Aplazar el pago del IVA del 12 al 19 de cada mes
- Ahorro en la impresión de las facturas
- Ahorro en el despacho de las facturas
- Existe respaldo de las facturas

5. Portal de Proveedores

Buscando facilitar el proceso de adquisiciones, CCU pone a disposición de sus empresas proveedoras un portal en Internet que contiene un módulo de Compras por Catálogo y uno de Administración de Contratos que permiten efectuar transacciones en línea, optimizando de esta manera las funciones administrativas.

A su vez, los proveedores pueden ingresar electrónicamente sus facturas al sistema contable de la Compañía, teniendo a su disposición la información de pagos.



El sistema permite optimizar los inventarios de materias primas, reducir los plazos de reposición, disminuir los gastos administrativos por un menor número de transacciones y minimizar los errores asociados a la digitación de documentos.

- Los montos transados mediante el módulo de Compras por Catálogo en 2011, correspondientes a pedidos de elementos menores efectuados directamente por los usuarios de CCU, alcanzaron un total de US\$ 950 mil.
- Para este mismo año, la suma de las transacciones efectuadas mediante el módulo de Administración de Contratos alcanzó a US\$ 60 millones.





Dimensión
Ambiental



Metas claras hacia el 2020

El cuidado del medio ambiente y la convivencia armónica de sus operaciones productivas con el entorno, forman parte de uno de los pilares en la Estrategia de Sustentabilidad de CCU. Desde 2011 CCU cuenta con una nueva Visión Medioambiental 2020, que integra los avances y aprendizajes de sus más de 160 años de historia con una nueva mirada marcada por el uso de modernas tecnologías y exigentes indicadores de cumplimiento en materia de emisiones y uso de recursos. Esta mirada establece metas concretas que cumplir al año 2020 y define una estrategia para conseguir esos objetivos.

En esta sección destacamos hitos ambientales ocurridos en 2011 como la medición auditada de nuestra Huella de Carbono, la construcción de una moderna Planta de Tratamiento de Riles en CCU Chile, el Plan Integral de Eficiencia Energética que desarrolla Grupo San Pedro Tarapacá y las nuevas máquinas para elaborar nuestros envases en PLASCO. En materia corporativa, CCU realizó su primer Seminario sobre Sustentabilidad Medioambiental que reunió a gerentes y ejecutivos para conocer y compartir las mejoras prácticas de sus Unidades de Negocio y renovar su compromiso con la Sustentabilidad Medioambiental.

92



Indicadores Reportados

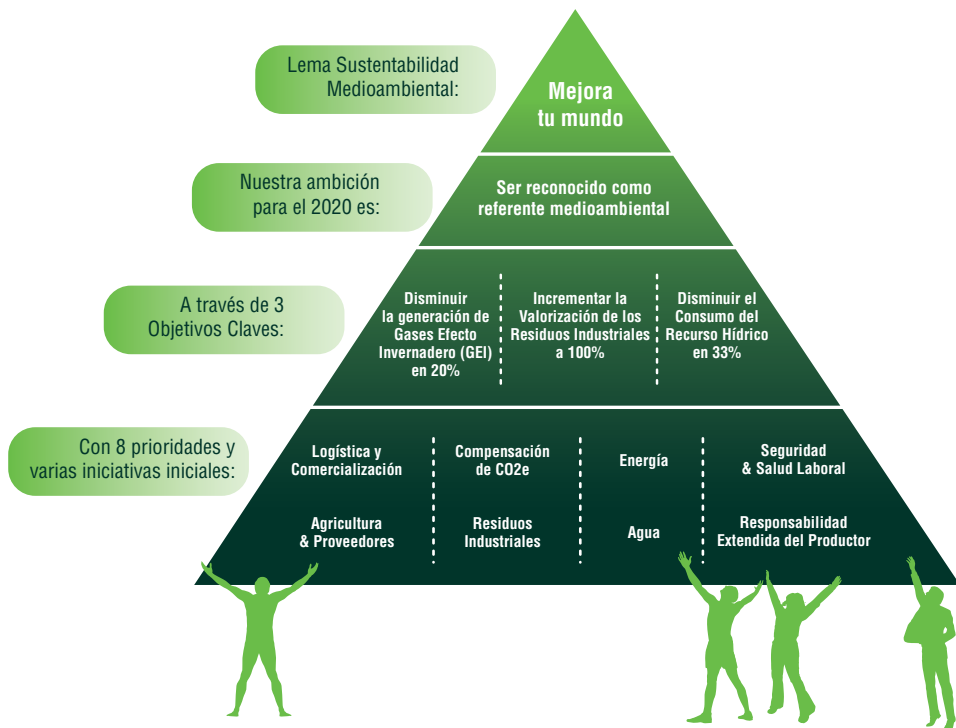
- EN1
- EN2
- EN3
- EN4
- EN5
- EN6
- EN7
- EN8
- EN10
- EN11
- EN16
- EN 17
- EN18
- EN19
- EN21
- EN22
- EN24
- EN26
- EN27
- SO1

1. Sustentabilidad Medioambiental de CCU 2011 - 2020

Para CCU la gestión ambiental es un pilar que genera valor para la organización mediante procesos y productos con un mínimo impacto ambiental, contribuyendo al desarrollo sostenible de la empresa y del país.

Además la Compañía puso en práctica su Visión Medioambiental que exige metas concretas hacia el 2020 y plantea la misión de posicionar a CCU como referente en gestión medioambiental en Chile.

La Visión Medioambiental 2020 de CCU se explica en la siguiente imagen:



Enfoques y prioridades

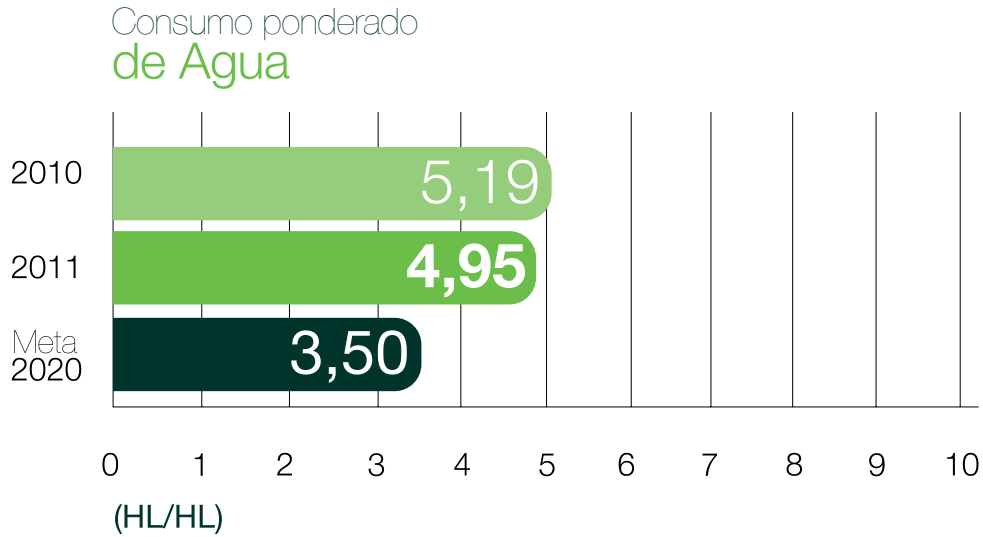
- Agua
- Agricultura & Proveedores
- Energía
- Residuos Industriales
- Logística & Comercialización
- Responsabilidad Ext. Productor
- Compensación de CO₂e
- Seguridad y Salud Laboral

Ambición:

Posicionar a CCU como referente en gestión medioambiental

Objetivo clave 1

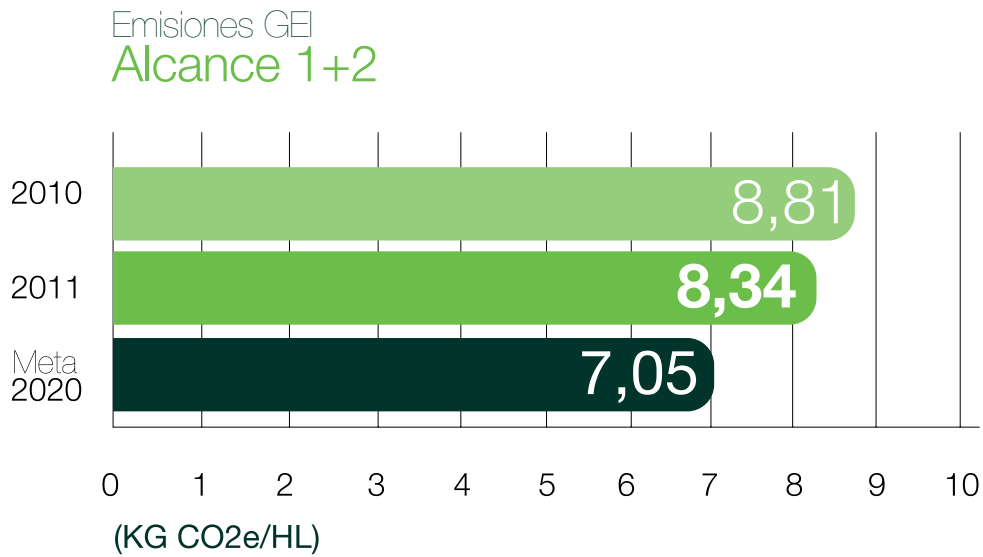
Disminución del consumo directo de agua en 33%, hasta alcanzar un consumo específico ponderado de 3,5 HL por HL de producto para el año 2020, considerando la línea de base de 2010.



94

Objetivo clave 2

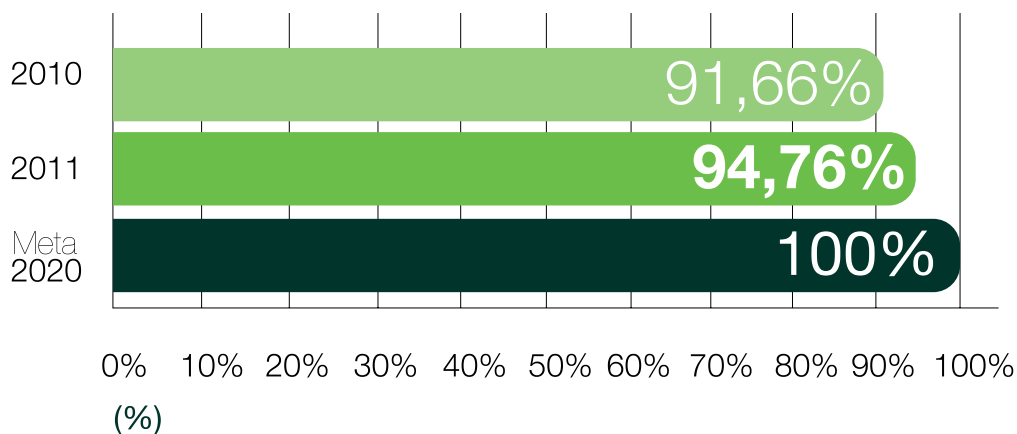
Reducir nuestros indicadores de emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI), alcances 1 y 2, en 20% para el año 2020, considerando la línea base del año 2010.



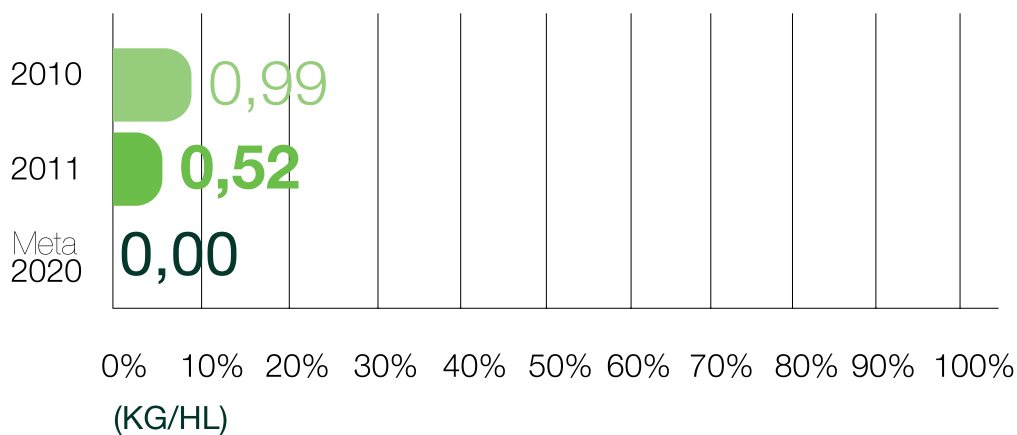
Objetivo clave 3

Incrementar la valorización de los Residuos Industriales a 100%.

Valorización de los Residuos Sólidos



Residuos No Reciclados Ponderados



2. Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medioambiente

Los procesos que coordinan la toma de decisiones de alto nivel, desde la definición de planes estratégicos, hasta las decisiones de inversión de toda índole, toman la forma de un Proceso Directivo en CCU, y el Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medio Ambiente (PD PC&MA) forma parte de él.

El PD PC&MA estandariza las actividades industriales, de producción, calidad y gestión medioambiental, poniendo metas y objetivos a los centros productivos. Asimismo, establece procedimientos de seguimiento y de acción correctiva para la organización y para la cadena de suministro.

El módulo de Producción (ICEP, Indicador Compuesto de Eficiencia y Producción) resume los indicadores claves de gestión respecto de la productividad y eficiencia en el uso de instalaciones industriales, materias primas y materiales de fabricación y del desarrollo y evolución en la implementación de Manufactura Clase Mundial (TPM2), en los centros industriales.

El módulo de Calidad (ICC, Indicador Compuesto de Calidad) incluye indicadores claves de desempeño que hablan del nivel de implementación y certificación de los respectivos sistemas de gestión ISO en cada una de las instalaciones productivas de CCU de los productos y procesos de la Compañía desde el punto de vista de la calidad y la resultante satisfacción de los consumidores.

El módulo de Medio Ambiente (ICMA, Indicador Compuesto de Medio Ambiente) de cada unidad se conforma a partir de los indicadores de Cumplimiento de normativa y gestión medioambiental que incluye consumo de agua y energéticos, emisiones, valorización de residuos, siniestralidad y accidentalidad.

Paulatinamente, todas las unidades de negocio que consolidan en CCU, se han incorporado a este proceso. En 2011, se materializó la participación de todas las unidades de negocio y unidades de servicio de la Compañía, incluyendo a Cervecería Austral S.A. y Compañía Cervecería Kunstmann S.A.

Para los indicadores corporativos de CCU S.A. presentados en este capítulo se utilizaron como fuente los datos obtenidos por el Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medio Ambiente, ponderados por los respectivos volúmenes de producción de cada Unidad de Negocio en hectolitros (HL) o, en el caso de FOODS Alimentos CCU S.A., cantidades de productos en Hectokilos (HK), permitiendo una comparación objetiva año a año.



En este capítulo, se incluyen los datos de Cervecería CCU Chile, Cervecería CCU Argentina, Embotelladora CCU, Aguas CCU-Nestlé, Grupo San Pedro Tarapacá, Compañía Píscuera de Chile (CPCH), Compañía Cervecería Kunstmann, Transportes CCU, PLASCO, FOODS Alimentos CCU y Cervecería Austral, considerando el año 2000 como la base para visualizar el avance en materia de optimización en el uso de recursos. Cabe señalar que a lo largo de la última década se han incorporado paulatinamente las nuevas unidades de CCU al análisis. Cuando aplica, las Unidades Estratégicas de Servicios (UES) Transportes CCU y PLASCO se reportan con indicadores independientes y específicos debido a la naturaleza de su giro.

El Proceso Directivo se desarrolla bajo la visión de Sustentabilidad de CCU, que busca “asegurar el valor de la compañía a largo plazo sobre una base de rentabilidad y crecimiento fundamentados en la consideración de que la empresa busca perdurar en el tiempo y que debe contribuir a que su medio ambiente también lo haga. CCU plasma esta visión en su Dimensión Medioambiental mediante procesos y productos que maximizan la preservación de los recursos”.

“Nuestra visión medioambiental busca asegurar el Valor de la Compañía a largo plazo, sobre bases de rentabilidad y crecimiento, fundamentadas en la consideración de que la empresa busca perdurar en el tiempo”.

Roelf Duursema,
Contralor General CCU S.A.



Para impulsar esta visión se creó un Comité Medioambiental, que coordina las acciones al interior de cada unidad de negocio y que está conformado por los respectivos coordinadores medioambientales de las unidades industriales de CCU S.A.

• Evaluación de los impactos de las operaciones en las comunidades

CCU desarrolla sus procesos y proyectos cumpliendo con las normas vigentes, que establecen que todo proyecto implementado con posterioridad al año 1998 debe someterse al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), ante el Ministerio del Medio Ambiente, mediante una declaración o estudio de impacto ambiental, dependiendo del efecto que genere la nueva actividad en el medio ambiente.



3. Nuestros Hitos 2011

Medición de la Huella de Carbono:

CCU SA desarrolló una herramienta para cuantificar el inventario de sus emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) basado en las definiciones del GHG Protocol y PAS 2050, ambos instrumentos internacionales para determinar Huella de Carbono. La cuantificación de los avances en la reducción de la Huella de Carbono y en otros indicadores ambientales durante el año 2011 fueron verificados por Pricewaterhouse Coopers (PWC).

Hora Est, Seminario sobre Sustentabilidad Medioambiental:

En abril, en el Edificio Corporativo de CCU, se llevó a cabo el Seminario de Sustentabilidad “Hora Est”. La instancia organizada por la Gerencia Corporativa de Calidad & Medio Ambiente, se enfocó en renovar el compromiso de CCU con la sustentabilidad medioambiental. La ocasión, que convocó a gerentes y ejecutivos de todas las Unidades de Negocio, sirvió para presentar la Visión Medioambiental 2020 que la Compañía diseñó para el período 2011 al 2020, y los compromisos prioritarios que se deben cumplir y que se fundamentan en la disminución del consumo directo de agua en un 33%, reducir las emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI), alcances 1 y 2, en 20% e incrementar la valorización de los Residuos Industriales a 100%.



Planta Tratamiento Riles CCU Chile:

Cervecería CCU Chile puso en funcionamiento su nueva Planta de Tratamiento de Riles, que se destaca por ser una de las más modernas de Latinoamérica.

La tecnología utilizada, es el clásico modelo de plantas de tratamiento de riles en cervecerías, el cual entrega después del tratamiento, agua que puede ser destinada al riego. Adicionalmente genera Biogás que posteriormente será utilizado dentro de los procesos de la Planta Cervecería y permitirá un ahorro de aproximadamente 12% del consumo de combustible fósil utilizado en la producción de vapor de la planta.



Enfoque integral de eficiencia energética en Grupo San Pedro Tarapacá:

Enmarcado en el programa de Eficiencia Energética que se viene desarrollando desde 2008, el Grupo San Pedro Tarapacá realizó en 2011 varias acciones.

Se implementó la automatización de equipos de frío con la incorporación de Variadores de Frecuencia (VDF) a los motores que impulsan las bombas en las bodegas de Viña San Pedro y Viña Tarapacá. Adicionalmente se reforzó el aislamiento térmico de las cubas, para reducir energía absorbida desde el ambiente y se sustituyó las ampollas tradicionales por otras de ahorro de energía. Por último, se incorporó una novedosa tecnología, que consiste en lámparas de inducción en la nave de envasado y luminarias Solarspot, ambas en Viña Tarapacá. Estas últimas ocupan la luz solar para iluminar las bodegas, sin necesitar por varias horas de iluminación artificial. Estas excelentes innovaciones permiten un menor consumo de energía eléctrica por 1.494.426 (kWh/año) y un ahorro de energía térmica por 7.200 (MWh/año).



Tecnología de punta en PLASCO:

PLASCO, Unidad Estratégica de Servicio perteneciente a CCU, incorporó dos máquinas inyectoras de última generación para la producción de envases PET. Ésta importante inversión permitió que en los meses de funcionamiento ya se reflejen un ahorro de energía equivalente a 45%.

Curauma, cuidando el medio ambiente:

En octubre de 2011, Transportes CCU inauguró Curauma, un moderno centro de distribución para atender a los clientes de la Quinta Región.

Para su implementación, CCU optó por utilizar la tecnología más moderna existente en el mercado. Destacan las 12 grúas y 35 traspaleas eléctricas, importadas desde Alemania, que permiten movilizar la carga en forma rápida, silenciosa y no contaminante.

El nuevo centro opera 100% con energía eléctrica, la que se emplea en oficinas, duchas, cocina y casino, que albergan a 100 personas diariamente.

4. Utilización Responsable y Eficiente de los Recursos

CCU busca maximizar la preservación de los recursos, así como potenciar la reutilización y valorización de residuos, mediante tecnologías apropiadas y económicamente viables. En otras palabras, la Compañía se esfuerza por cuidar los recursos y utilizarlos de manera responsable y eficiente.

Materias primas y materiales de fabricación

A continuación se enumera las principales materias primas y materiales de fabricación que se emplean en los distintos procesos productivos de la Compañía:

Principales Materias Primas	TOTAL	Unidades
Agua	9.349.428.121	Lt.
Cebada Malteada	112.734.218	Kg.
Malta Tostada	260.075	Kg.
Arroz	30.175.715	Kg.
Azúcar Líquida	5.699.960	Kg.
Azúcar Granulada	55.325.991	Kg.
Jarabe alta maltosa	13.562.592	Kg.
Jarabe concentrados	90.500.644	Kg.
Pulpa de Fruta	8.207.409	Kg.
Gas Carbónico (CO2)	29.243.552	Kg.
Uva	120.867.805	Kg.
Alcohol 100*	5.097.512	Lt.
Vino	103.503.504	Lt.
Resina para PRB, PET y Tapas Plásticas	15.203.000	Kg.
Harina Galletera	2.308.850	Kg.
Grasa Origen Vegetal	1.058.310	Kg.



100

Principales Materiales de Fabricación	TOTAL	Unidades
Botellas Vidrio Retornable (reposición)	10.157.538	Kg.
Botellas Vidrio NO Retornable	105.710.332	Kg.
Botellas PET Retornables (reposición)	1.191.063	Kg.
Botellas PET NO Retornables	14.790.137	Kg.
Latas [aluminio]	7.562.961	Kg.
Tapa Corona [metálicas]	835.305	Kg.
Tapas Rosca [metálicas]	550.522	Kg.
Tapas Rosca y otras Plásticas	2.491.972	Kg.
Corchos	246.350	Kg.

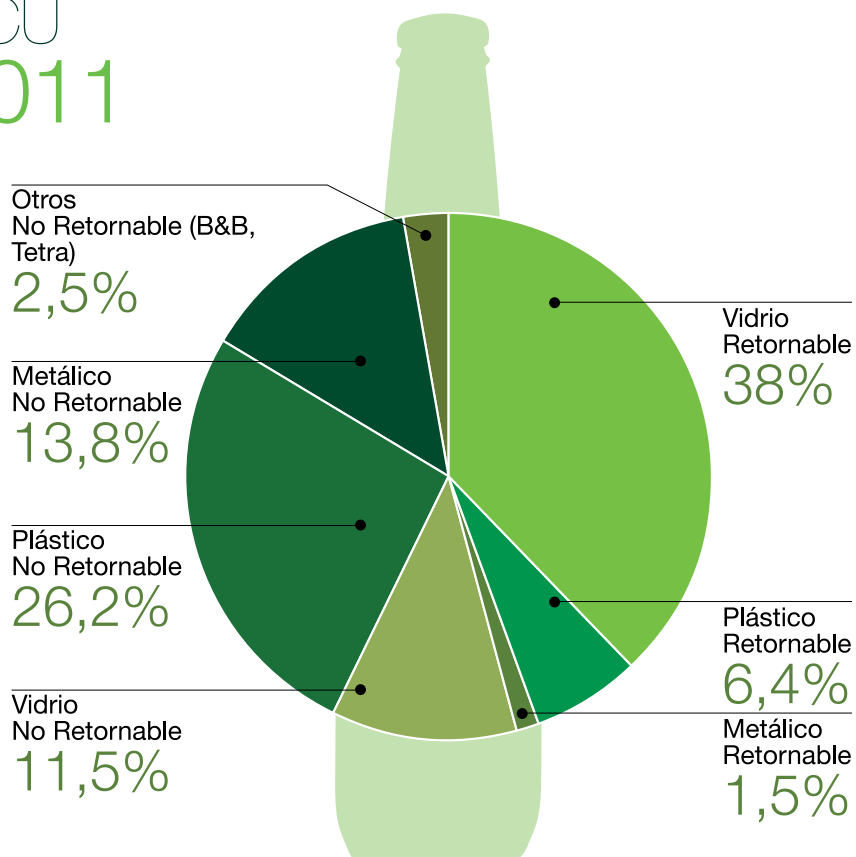


En cuanto a la retornabilidad de los envases, el 46% del volumen consolidado de productos CCU se vende en envases retornables. Cabe destacar que la mitad (49,5%) de los productos de CCU son comercializados en envases de vidrio, siendo envases retornables el 77% de estos. En la categoría de envases de plástico y de metal, cerca del 84% de ellos no son retornables. No obstante, el 100% de nuestros envases son reciclables y constituyen valor para otros procesos industriales.



En el siguiente gráfico se pueden observar distintos tipos de envases y su respectivo porcentaje de reutilización.

Envases CCU 2011



Consumo de Energía

CCU busca constantemente lograr un menor consumo de energía optimizando los procesos productivos dentro de sus unidades y, en lo posible, cambiando sus fuentes primarias por combustibles menos contaminantes. De esta forma, durante 2011 el consumo de gas natural aumentó 46% respecto del año anterior, mientras que el consumo de diesel bajó 81% y el de LPG, 40%.

Consumo de energéticos o combustibles por Fuentes Primarias			
Combustibles para Generación de Vapor (Calderas)	Gas Natural	21.389.384	Nm ³
	Biogas	655.736	Nm ³
	LPG	6.250.637	Kg.
	Diesel	197.593	Kg.
	Petróleo 6	4.035.414	Kg.
	Carboncillo	327.190	Kg.
	Leña	5.759.614	Kg.
	Otros (Bencina)	0	Lts.
Combustibles para Casinos – Baños	LPG	168.082	Kg.
	Gas Natural	111.342	Nm ³
Grúas áreas Industriales	LPG	795.071	Kg.
	Gas Natural	0	Kg.
Grúas área Transportes CCU	LPG	1.439.072	Kg.
Combustibles para Generación de EE (respaldo)	Diesel [kg]	159.171	Kg.
Consumo Energía Eléctrica	Adquirida	162.383.587	kWh
	Autogenerada	1.013.227	kWh
	Total	163.396.814	kWh
	% Generación	0,62%	%

102

La energía eléctrica autogenerada se utiliza en casos de emergencia para que los equipos industriales críticos puedan continuar con sus procesos sin sufrir alteraciones.



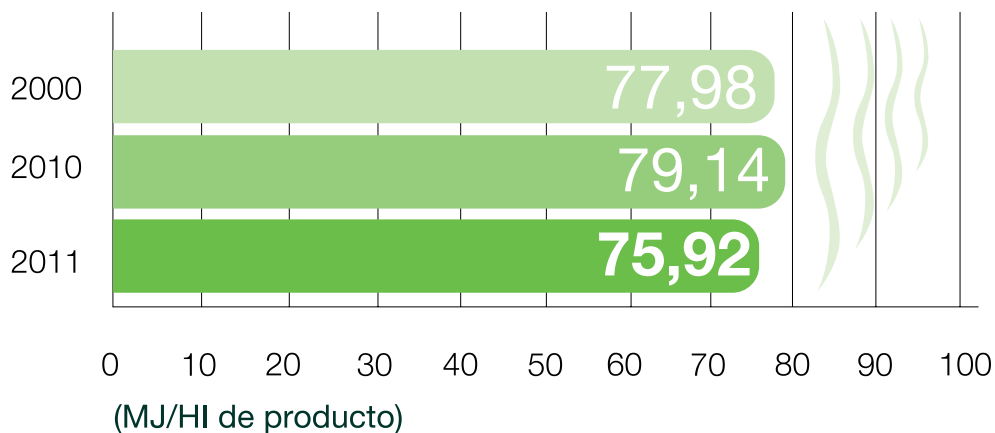
“Nuestros procesos incluyen un uso intensivo de energía eléctrica. Por lo tanto, al buscar la eficiencia energética en el proceso se produce un ahorro económico y adicionalmente, una disminución en nuestra huella de carbono”.

Pedro Campos,
Jefe de Aseguramiento de Calidad de
PLASCO.

- Consumo de energía térmica CCU 2011

CCU, a través de sus unidades industriales, ha logrado reducir durante el año 2011 el consumo de energía térmica ponderado a 76 MJ por HI de producto, a pesar de la continua incorporación de nuevos productos y procesos. Esta reducción de un 4,9% respecto de 2010, se explica principalmente por una disminución del 6,3% en Cervecería CCU Chile y 3,3% en Cervecería CCU Argentina.

Energía Térmica ponderado CCU S.A.

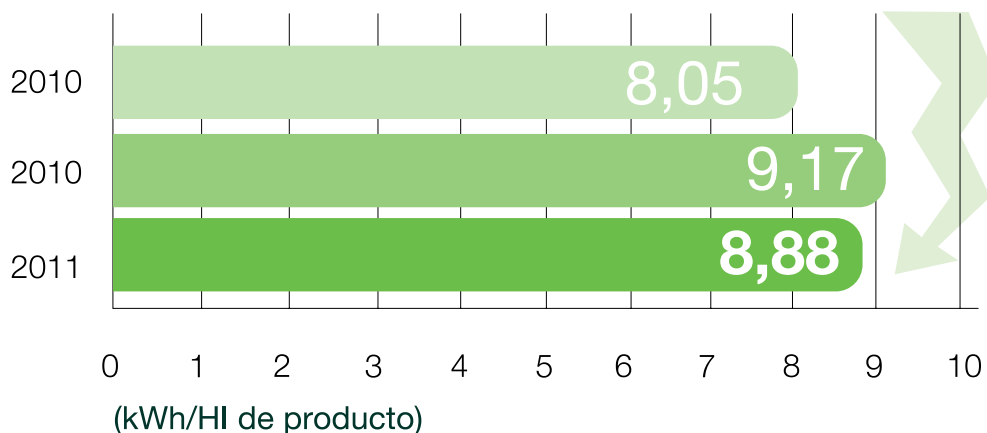


103

- Consumo de Energía Eléctrica CCU 2011

A partir del año 2010, se ha incluido consumo de energía eléctrica en las Unidades Estratégicas de Servicios, PLASCO y Transportes CCU. También el consumo de energía eléctrica, en el consolidado industrial de CCU SA, ha disminuido a 8,9 kWh por HI de productos en el 2011, lo que representa una reducción de un 3,2% respecto el año anterior. Esto principalmente debido a la exitosa realización de proyectos específicos en PLASCO, Compañía Pisquera de Chile y Compañía Cervecería Kunstmann S.A.

Energía Eléctrica ponderado CCU S.A.

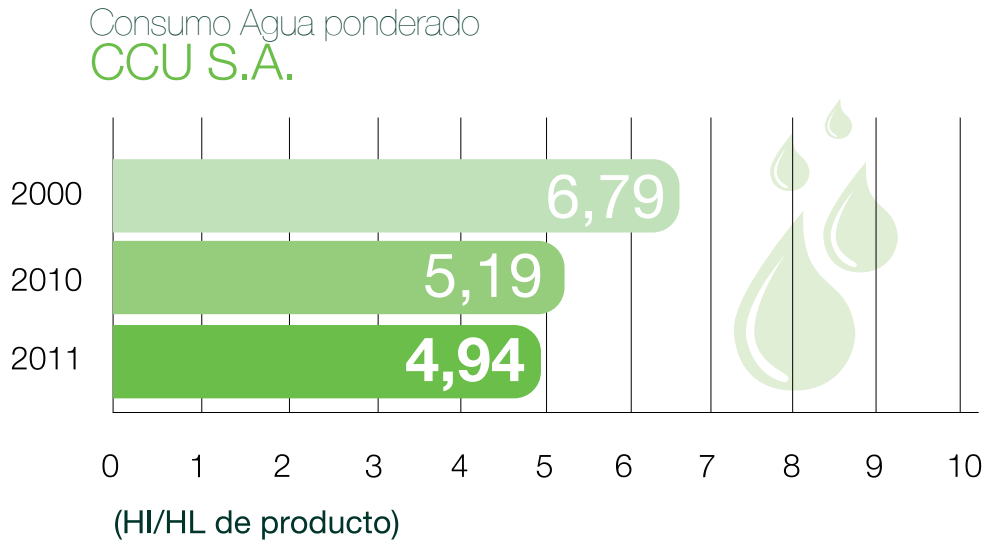


A partir del año 2010, se ha incluido consumo de EE en las Unidades Estratégicas de Servicios PLASCO y Transportes CCU.

Consumo de Agua CCU 2011

El agua constituye la principal materia prima en todas las operaciones de la Compañía. Adicionalmente es usada como agente de limpieza y sanitización de sus instalaciones. Por esta razón, es una permanente preocupación de CCU hacer más eficiente el uso de este recurso natural.

En 2011, CCU cumple nuevamente con su meta preestablecida y logra reducir en un 4.8% el consumo consolidado de agua por litro de producto elaborado, llegando a 4,9 lt/lt. Esta baja se explica principalmente por los mejores resultados obtenidos en Grupo San Pedro Tarapacá (23,1%), Compañía Pisquera de Chile (8,5%) y Compañía Cervecera Kunstmann S.A. (3,4%).

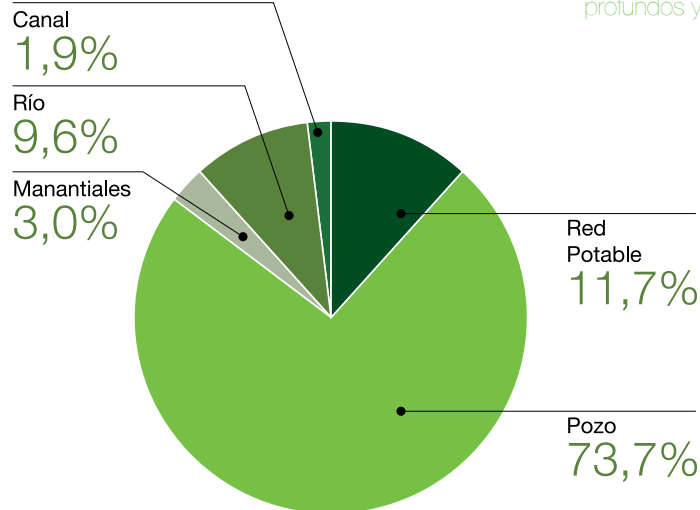


104

Las instalaciones industriales de la Compañía, son abastecidas en más de un 83,3% por pozos profundos y cursos superficiales. La totalidad de las aguas que utiliza CCU en sus procesos se someten a un tratamiento de potabilización y/o acondicionamiento para ajustar el recurso a las necesidades y especificaciones de cada etapa de los procesos productivos que las requieren.

83,3%
Abastecimiento
de aguas
proviene de pozos
profundos y cursos superficiales

Origen
Agua
CCU
2011



Emisiones Gases Efecto Invernadero / Huella de Carbono:

La Huella de Carbono de una empresa es el inventario de los gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto a raíz de sus respectivas actividades. Las emisiones de GEI, se expresan en masa (g, kg, ton) de CO₂ equivalente (CO₂e o CO₂eq), siguiendo normativas internacionales reconocidas, tales como ISO 14064-1, PAS 2050 o GHG Protocol.

Para la cuantificación de la huella se consideran los tres alcances:

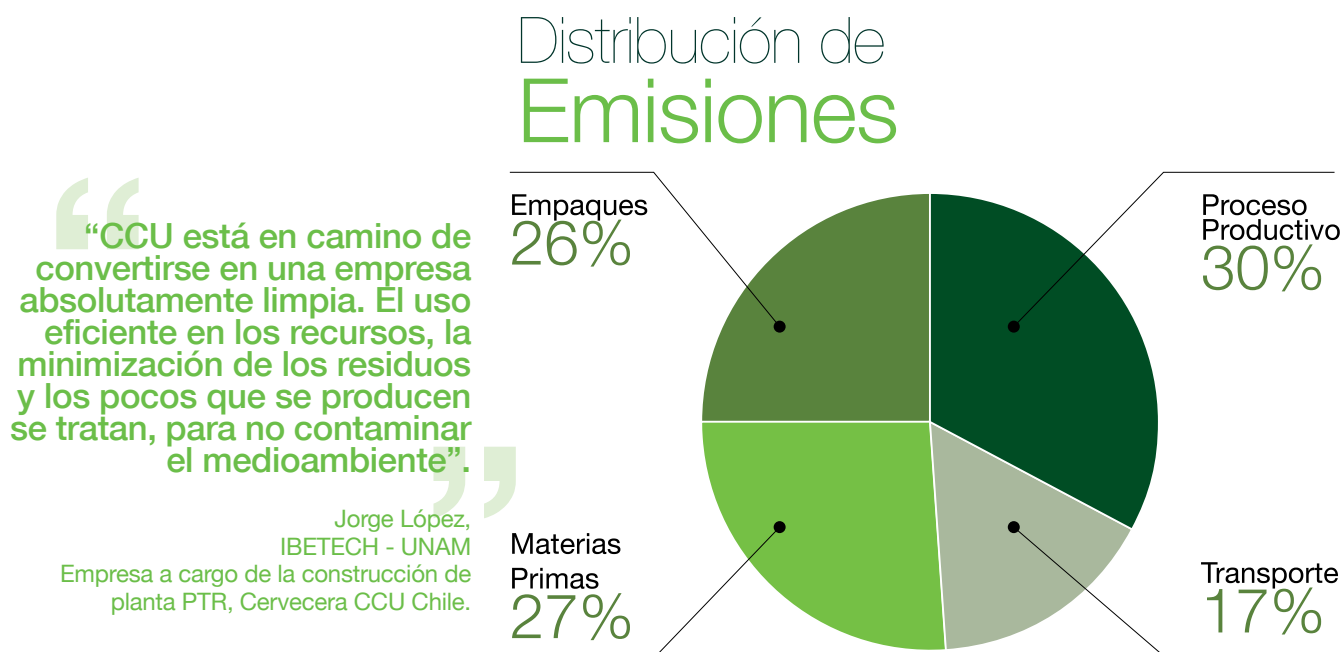
Emisiones Alcance 1 (CCU S.A. 11 %)	Emisiones directas generadas por consumo de combustibles para procesos industriales, transporte de personas, productos y otros gases con efecto invernadero (principalmente refrigerantes).
Emisiones Alcance 2 (CCU S.A. 8 %)	Emisiones indirectas producidas por terceros para la generación de la Energía Eléctrica usada en los procesos industriales.
Emisiones Alcance 3 (CCU S.A. 81 %)	Otras emisiones indirectas generadas en la fabricación y transporte de las principales Materias Primas y Materiales de Fabricación. No se incluye las emisiones generadas en la fase de comercialización ni de consumo.

La medición de la Huella de Carbono incluye las siguientes unidades:

Cervecera CCU Chile, Cervecera CCU Argentina, Embotelladora CCU, Aguas CCU-Nestlé, Grupo San Pedro Tarapacá, Compañía Pisquera de Chile (CPCH), Cervecería Austral, Compañía Cervecera Kunstmann, Transportes CCU, PLASCO y FOODS Alimentos CCU.

CCU ha estado trabajando desde hace más de 10 años en esta temática, desarrollando y robusteciendo las distintas herramientas empleadas para este fin. En 2010, llevamos a cabo la cuantificación de nuestra línea base, mientras que durante el año 2011 desarrollamos y realizamos planes y actividades conducentes a reducir las emisiones en línea con nuestras metas.

En resumen, en el 2011 fuimos responsables de la emisión de aproximadamente **815.000** toneladas de CO₂ equivalentes. El gráfico a continuación resume la distribución de estas emisiones.



No se incluye las emisiones generadas en la fase de comercialización ni de consumo de nuestros productos, ni las generadas en el edificio corporativo.

Emisiones por Gases Refrigerantes 2011

Por otra parte, en lo referente a sustancias que afectan la capa de ozono, CCU adhiere a las mejores prácticas internacionales. Los principales medios refrigerantes utilizados en los procesos industriales, así como en oficinas y ambientes especiales, son Hidroclorofluorocarbonos o HCFC's (principalmente R22) e Hidrofluorocarbonos o HFC's, todos debidamente autorizados por la normativa internacional y nacional vigente. De acuerdo a la visión de sustentabilidad medioambiental de la Compañía, se sustituyó la utilización Clorofluorocarbonos o CFC's, Halones y Bromuros en todas las Unidades de Negocios. Además, para los sistemas de refrigeración industrial, la Compañía ha optado por el uso de amoníaco (R717), refrigerante que por no contener halógenos, no deteriora la capa de Ozono (ODP) y no contribuye al calentamiento Global (GWP).

Residuos Líquidos CCU 2011

A través del Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medioambiente, CCU se ha propuesto una óptima valorización de los residuos líquidos. En esta línea, se desarrolla una serie de proyectos, como la captura de polución, reutilización, reciclaje de aguas y separación de flujos en origen (aguas limpias, aguas lluvias, aguas servidas y residuos industriales) para minimizar los volúmenes y contaminantes, permitiendo realizar un manejo más eficiente en el uso del recurso agua, antes de su ingreso a las plantas de tratamiento. Se suma la optimización de los procesos productivos, elaboración de protocolos o procedimientos de operación y capacitación, orientados a mitigar el consumo de agua y/o su carga orgánica e inorgánica, promoviendo tecnologías limpias de producción.

Todos los Residuos Industriales Líquidos (RILES) de CCU proveniente de los procesos productivos de las distintas plantas pasan por algún sistema de tratamiento, dando efectivo cumplimiento a las normativas de vertido correspondientes.

106

Riles según Tratamiento		
Tratamiento ANAEROBIO	508.610	m ³
Tratamiento AEROBIO	78.538	m ³
Tratamiento mixto ANA/AER	1.423.655	m ³
Evaporación forzada	32.516	m ³
Tratamiento Físico Químico	193.921	m ³
Tratamiento AER tercerizado	3.435.758	m ³
Tratamiento Emisarios tercerizado	184.030	m ³
Tratamiento Emisarios tercerizado	1.319.219	m ³
Total	7.176.246	m³

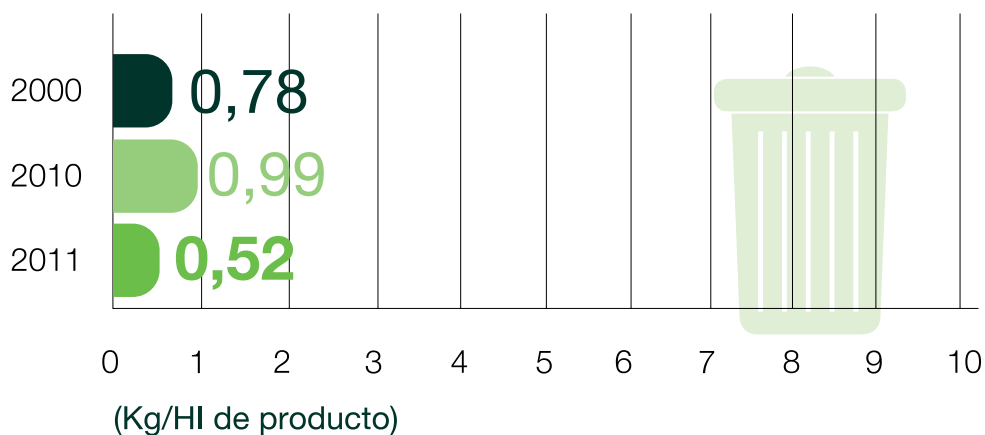
Riles según Disposición		
Redes de Alcantarillado de Empresas Sanitarias	4.792.414	m ³
Cursos superficiales de Agua	2.038.562	m ³
Uso Interno calidad de riego	285.362	m ³
Evaporación forzada	12.516	m ³
Infiltración	40.753	m ³
Mejoramiento caminos	6.640	m ³
Total	7.176.246	m³

Residuos Sólidos CCU 2011

La totalidad de los residuos industriales sólidos (RISES) generados en las instalaciones de CCU se clasifican en los siguientes grupos:

- Subproductos del proceso (reciclables); como por ejemplo levadura, orujo, medio grano, escobajo, tártaro agotado, etc.
- Residuos secundarios (reciclables), entre ellos vidrio, aluminio, chatarra, plásticos, papeles y cartones, maderas, etc.
- Residuos domésticos asimilables a domésticos (no reciclables), basura, lodos, entre otros.

Residuos Industriales Sólidos Ponderados CCU S.A.



2010 influenciado por escombros (Residuos No Reciclados) generados por efecto del Sismo F27.

En 2011, se alcanza un índice de 0,52 Kg/Hl de Residuos Sólidos No Reciclados y depositados en Vertederos, volviendo así a indicadores normales sin la influencia del sismo del 27 de febrero de 2010. Aproximadamente el 0,07% (141 ton.) de los Residuos Industriales Sólidos (RISES) totales, correspondieron a residuos peligrosos, fundamentalmente del tipo aceites lubricantes usados y materiales procedentes de las operaciones de mantenimiento.

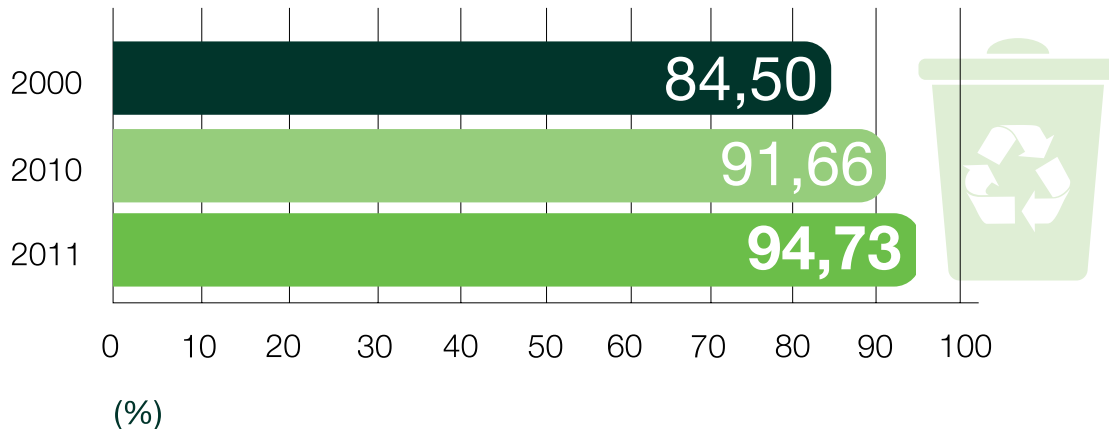
Valorización de Residuos Sólidos Industriales 2011

Un Indicador fundamental de las definiciones medio ambientales de CCU es la valorización de los residuos industriales sólidos originados por los procesos de producción. En línea con este objetivo estratégico, se ha establecido metas rigurosas al año 2020, buscando una valorización del 100%.

Como resultado de la gestión industrial en referencia a este punto, CCU logra un índice muy favorable. En 2011 la Compañía alcanzó un factor de Valorización de Residuos Industriales de 94,8%.

Uno de los principales residuos de la industria cervecera es el orujo (cáscara de cebada malteada) que tiene un reconocido uso como alimento de vacunos. Por esta razón, los índices de las cerveceras, entregan un factor de valorización del 95%. A su vez, otros residuos industriales orgánicos o subproductos de procesos que son valorizados, son comercializados con empresas autorizadas, que les otorgan diversos destinos tales como elaboración de alimento para animales o formulación de compost para abono y enriquecimiento de suelos, entre otros usos. Del mismo modo ocurre con los remanentes de papeles, cartones, vidrio, aluminio, otros metales, resinas PET, films plásticos, etc.

Valorización de Residuos ponderados CCU S.A.



A su vez, los residuos o subproductos de Procesos que son reciclados, también son comercializados a empresas autorizadas, que les otorgan diversos destinos como alimento para animales y enriquecimiento de suelos, entre otros usos.

Productos CCU 2011

- Iniciativas para mitigar impactos ambientales

Cervecera CCU Chile en su planta en Santiago, se encuentra en fase de puesta en marcha de su Planta de Tratamiento de Residuos Industriales Líquidos (RILES), que estará en pleno funcionamiento a mediados de 2012. El Biogás generado a partir de la materia orgánica contenida en sus RILES, permitirá sustituir y desplazar aproximadamente un 12 % del combustible usado en la planta. Esta experiencia ya se encuentra vigente en la planta Temuco de Cervecera CCU Chile.

También en planta Santiago, se ha implementado una línea de recuperación de gas carbónico (CO₂) en filtración, lo que permitirá aumentar su tasa de recuperación y disminuir el requerimiento de este gas desde proveedores.

Cervecera CCU Chile en su planta de Temuco, está conduciendo estudios para reciclar el agua tratada en su Planta de Tratamiento de Residuos Líquidos (RILES), así como para darle uso a los lodos procedentes de la PTR y las tierras filtrantes agotadas, procedentes del proceso filtración de cerveza.

FOODS Alimentos CCU, en su planta Talca ha cambiado luminarias para reducir consumos de energía eléctrica. Lo que se monitoreará durante el 2012.

Grupo San Pedro Tarapacá en su planta de Molina, ha implementado paneles solares para calentar agua y disminuir consumo de petróleo. Se encuentran también, en un proceso de racionalización de grúas para disminuir consumos de gas. En materia de residuos sólidos, se puso en funcionamiento un equipo removedor, para la preparación de un compost apto para la aplicación en los campos y se ha implementado contenedores para recuperar residuos directamente en los sitios de generación.

“Para CCU el cuidado del medio ambiente y la preocupación por el cambio climático son temas fundamentales, por ello ha desarrollado indicadores y herramientas de control que alinean las operaciones industriales con objetivos específicos en materia medioambiental”.

Andreas Albert,
Gerente Corporativo Calidad y Medioambiente CCU S.A.

En planta Lontué se ha instalado un sistema de aseo automático (CIP) que se encuentra en puesta en marcha para optimizar aseos, consumos de agua y disminuir generación de RILES

Se ha producido una reducción significativa del consumo de agua en las plantas de Grupo San Pedro Tarapacá, principalmente por cambios de hábitos en el personal, instalación de urinarios sin agua, reducción de diámetros de tuberías de descarga de agua y eliminación de mangueras.

En Transportes CCU SA, durante el año 2011 se incorporan camiones Ecolution, los cuales son más amigables con el medioambiente, ya que ayudan al conductor a optimizar el consumo de combustible de acuerdo a su comportamiento, así también se incorporan 47 Grúas eléctricas (12,5% del parque disponible).



- Iniciativas para recuperar materiales de embalaje y envases al final de su vida útil

En ECCUSA todo envase PET y PRB que se elimina directamente en las líneas de envasado, se vende a terceros quienes lo muelen y convierten en hojuelas para su comercialización.

Grupo San Pedro Tarapacá destaca en su labor por el uso de botellas más livianas, llamadas Ecoglass, de acuerdo a un programa conjunto con proveedores de envases.

Grupo San Pedro Tarapacá además, ha realizado importantes avances en el uso de cajas de cartón corrugado con mayor contenido de material reciclable. También destaca el reciclaje de envases Tetrapack para uso en protección de plantas y la recolección de papeles en las dependencias de la unidad para ser enviado a empresas recicladoras.

En Santa Fe, Cervecería CCU Argentina, se encuentra implementando un cambio del material en etiquetas totalmente reciclables. Así también se trabaja en la recuperación de la madera y en la recuperación de zunchos de plástico, para su posterior venta.

Biodiversidad

CCU no tiene plantas en terrenos ubicados y/o adyacentes a zonas protegidas o de alta diversidad contiguas a zonas protegidas.

5. Difundiendo la Conciencia Ecológica en la Comunidad

En CCU se desarrollan diferentes proyectos que buscan responder a las exigencias de nuestros públicos objetivos, en especial, los que se refieren a temas medioambientales. A continuación se destacan las iniciativas que durante 2011 colaboraron en la difusión de la conciencia ecológica en la comunidad.

Bolsas Eco-Retornable Cerveza Cristal:

Enmarcado en una iniciativa de promover el envase retornable, Cerveza Cristal invitó a sus consumidores a “Mirar la Retornabilidad con otro Cristal” con una campaña que te regala una Bolsa Eco Retornable por la compra de dos cervezas Cristal de Litro Retornable.

La bolsa permite cargar cómodamente botellas, sin tener que ocupar bolsas desechables. En la campaña se repartieron más de 100 mil bolsas en almacenes y botillerías de Viña del Mar, Santiago, Rancagua y Temuco.



360° Sustentable

El enfoque 360° Sustentable de Grupo San Pedro Tarapacá tiene una visión clara: “Sustentabilidad Social, Medioambiental y Económica en todo nuestro actuar. Buscando continuamente oportunidades de mejora en nuestras operaciones involucrando todo lo que nos rodea: nuestras comunidades, el medioambiente, nuestros trabajadores, clientes y consumidores”.



110

Bajo esta visión, el Grupo San Pedro Tarapacá se ha propuesto como meta para el año 2015, haber implementado 360 iniciativas sustentables.

Las acciones más importantes a destacar de 2011 fue la consolidación del apoyo al Jardín Las Uvitas por parte de Viña Santa Helena, como parte de su compromiso 360° sustentable hacia la comunidad cercana a su bodega. El apoyo de la viña consistió en la mejora de la infraestructura del patio del jardín, actividades para los niños como la celebración de la navidad y pascua de resurrección, como también actividades fuera del jardín, como la visita al Buin Zoo, además del aporte de materiales para la educación de los niños. Todo esto ha sido posible gracias a la colaboración y organización de muchos colaboradores de Grupo San Pedro Tarapacá.

También estuvo de visita un equipo periodístico del canal de televisión Deutsche Welle, para realizar un reportaje en terreno sobre las medidas de eficiencia energética en Grupo San Pedro Tarapacá. Además se lanzó por primera vez, el Reporte de Sostenibilidad. El documento fue lanzado durante un seminario internacional realizado por los Consorcios del Vino, y obtuvo un reconocimiento junto a otras 22 viñas, por ser las primeras en publicar sus informes GRI en el marco del Plan de Sustentabilidad que lidera Vinos de Chile.



Durante el 2011 se consolidó el equipo de trabajo en el área de sustentabilidad dentro del grupo. Este equipo está compuesto por un grupo multidisciplinario y se conforma con un Comité de Sustentabilidad, una jefatura y embajadores en cada una de las viñas. Más información en www.be360.cl.



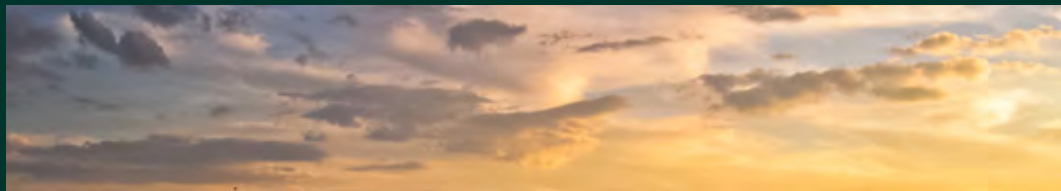
“Pensando en Verde”, FUNDESNOA y Programa Reciclado Tapas:

En Santa Fe, Cervecería CCU Argentina continuó participando, por cuarto año consecutivo, en el programa “Pensando en Verde”, que se enfoca en el diseño y puesta en práctica de un plan educativo para el programa Cambio Verde que impulsa el Gobierno de la ciudad de Santa Fe. La iniciativa propone la recolección diferenciada de envases plásticos, envases Tetra Brik® (laminados cartón, aluminio, polietileno) post-consumo y envases de aluminio y vidrio no retornable de forma tal que se valore el material (mediante el reciclado). “Pensando en Verde” se desarrolló sobre la base de la confección de material educativo y la capacitación dirigida a personal del Gobierno de la ciudad en el área Educación Ambiental y docentes de escuelas de nivel parvulario y básico de la ciudad de Santa Fe. Además en cervecería Salta, como socio fundador de la “Fundación Para El Desarrollo Sostenible del NOA – FUNDESNOA”, conjuntamente con otras empresas, auspician y colaboran como todos los años con el financiamiento de proyectos de dicha fundación. El 2011 el concurso de proyectos se denominó “Un proyecto ambiental para mi lugar”, destinado a jóvenes de los tres últimos años del Nivel Secundario de diferentes establecimientos educativos del interior de la provincia de Salta y Jujuy. La colaboración que FUNDESNOA recibe ayuda a promover e impulsar la participación de la población en el diseño y desarrollo de proyectos vinculados a la problemática ambiental de la localidad.

También en el marco del Programa de Reciclado de Tapas de Plástico de la Fundación Garrahan, la Planta Luján recolectó más de 30.000 tapas plásticas con la participación de todos sus trabajadores. La donación se entrega al Hospital de Pediatría “Prof. Dr. Juan P. Garrahan” y de esta manera apoyar a obtener recursos económicos para el desarrollo del Hospital, contribuir a la protección del medio ambiente y alentar la formación de alianzas estratégicas entre las instituciones y empresas de los diversos sectores.







Reconocimientos



Reconocimientos a CCU

CCU y sus marcas tienen el honor de ser reconocidas en rankings y premios que destacan el trabajo, esfuerzo y orgullo del capital humano de nuestra Compañía.



Los principales premios de los últimos años son:

114

2011

- CCU destacada en Ranking de Reputación Corporativa de La Tercera - Hill & Knowlton Captiva.
- Festividad de Publicidad ACHAP. Grand Prix Televisión - Campaña "Please don't go" - Cerveza Cristal.
- CCU reconocida en el ranking Empresas más respetadas - Adimark - La Segunda.
- CCU obtiene el quinto lugar en las Empresas Mejor Preparadas para Enfrentar el Cambio Climático. Fundación Chile - Revista Capital.
- En el Wine Stars Awards, Viña San Pedro obtuvo el premio a la "Viña del Nuevo Mundo", realizado por la revista Wine Enthusiast.
- CCU recibió premio "Gestión del Capital Humano" - Revista Gestión.
- CCU reconocida como la Mejor Empresa Avisadora - MKTG Best.
- Cerveza Escudo obtiene Effie Oro en la categoría Éxito Sostenido.
- CCU: octavo lugar en Ranking de Reputación Corporativa - Merco.
- CCU: Brand Asset Valuator. Revista Capital. The Lab Y&R 2011.
- EFFIE Plata: Éxito Sostenido. EFFIE Chile - Watt's.
- Compañía Pisquera de Chile recibe Oro en Desarrollo de Capital Humano. Innovación Sustentable. Universidad Autónoma de Chile - El Mercurio.
- Festival de Publicidad ACHAP Plata, Campaña "Heineken Champions rooms" - Heineken.
- Festival de Publicidad ACHAP Plata, Campaña "Pachanga" - Crush.
- Festival de Publicidad ACHAP Plata, Campaña "Trota" - Cachantun.



2010

- Sexto lugar en el Ranking Empresas más Admiradas. Diario Financiero y PriceWaterhouseCoopers.
- Décimo quinto lugar Ranking Empresas más Respetadas. La Segunda y Adimark.
- Quinto lugar Ranking Empresas Mejor Preparadas para Cambio Climático. Fundación Chile y Revista Capital.
- Décimo sexto Ranking de Reputación Corporativa. La Tercera y Hill & Knowlton Captiva.
- Décimo octavo lugar en Estudio de Reputación Corporativa Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica, Reputation Institute y Revista Qué Pasa.
- Décimo cuarto Ranking Medición Empresarial de Reputación Corporativa (Merco). Villafañe y Asociados y El Mercurio.
- Bilz y Pap. Marketing Hall of Fame. Gran Marca Chilena Producto.
- CCU. Distinguida entre las 50 Super Ventas, selección realizada por el Diario Financiero y FIT Research.
- Pepsi. Best Shareable Idea categoría Innovación en Medios. Conferencia Global OMD/Pepsico. Praga.
- Pisco Mistral Gran Nobel. Medalla de Oro categoría Envases Plegadizos. Concurso Australis.

2009

- Séptimo lugar Ranking de Reputación Corporativa. La Tercera y Hill & Knowlton Captiva.
- Décimo quinto lugar Ranking Empresas más Respetadas. La Segunda y Adimark.
- Décimo Tercer Lugar en Estudio de Reputación Corporativa Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica, Reputation Institute y Revista Qué Pasa.
- Premio Sol Andino a la Responsabilidad Social Empresarial. CCU Argentina, Salta.
- Cerveza Cristal. Salón de la Fama de Iberoamérica. Campaña La Fuerza está con Cerveza Cristal.
- Cerveza Heineken. Effie de Plata. Categoría Alimentos, Bebestibles y Alcoholes. Campaña Extra Cold Experience.
- Campanario Chirimoya Colada. León de Bronce en Festival Publicitarios Cannes 2009. Categoría Mejor Uso de Otros Medios Digitales Incluyendo Móviles. Campaña: Se nos coló la chirimoya.
- Pisco Tres Erres. Medalla de Oro. Concurso Mundial de Bruselas Chile 2009.
- Pisco Control C. Gran Medalla de Oro. Concurso Internacional de Vinos y Espirituosos CINVE 2009 Sevilla.





Indicadores

GRI



Un mundo de sabores

Indicadores GRI

Código GRI	Descripción	Página
PERFIL		
1. Estrategia y análisis		
1.1	Declaración del Gerente General	5
2. Perfil de la Organización		
2.1	Nombre de la Organización	9
2.2	Principales marcas/ productos	11
2.3	Estructura operativa de la Organización	10
2.4	Localización de la sede principal	9
2.5	Número de países en los que opera la organización	10
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	9
2.7	Mercados servidos y tipos de clientes	9
2.8	Dimensión de la Organización Informante	27 y 33
2.9	Cambios significativos en la Organización	22
2.10	Premios y distinciones	114
3. Parámetros del Informe		
Perfil del Informe		
3.1	Período cubierto por la información	21
3.2	Fecha del Informe anterior	21
3.3	Ciclo de presentación del Informe	21
3.4	Punto de contacto	21
Alcance y cobertura del Informe		
3.5	Proceso de definición del contenido del Informe	21
3.6	Cobertura del Informe	21
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura	21
3.8	Base para incluir información de los negocios conjuntos	21
3.9	Técnicas de medición de datos	21
3.10	Explicación de la reexpresión del Informe	21
3.11	Cambios significativos relativos al alcance, cobertura o valoración del Informe	22
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria	22
3.13	Política y práctica actual en relación a la solicitud de verificación externa de la memoria	21
4. Gobierno, compromisos, y participación de los Grupos de Interés		
Gobierno		
4.1	Estructura del Gobierno	67
4.2	Indicación si el Presidente ocupa un cargo ejecutivo en la organización	67
4.3	Número de miembros del Directorio independientes o no ejecutivos	67
4.4	Participación de accionistas y empleados	67
4.6	Procedimientos para evitar conflictos de interés	68
4.8	Declaraciones de misión, visión, valores, códigos de conductas y principios relevantes	12
4.9	Mecanismos de identificación y evaluación de riesgos y oportunidades	70
Compromisos con Iniciativas externas		
4.12	Principios o programas desarrollados externamente	56 y 71
4.13	Principales asociaciones a las que pertenece	17
Participación de los Grupos de Interés		
4.14	Relación de Grupos de Interés que la organización ha incluido	22 y 86
4.15	Base para la identificación y selección de los Grupos de Interés	22
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los Grupos de Interés	22

DESEMPEÑO ECONÓMICO		
Desempeño Económico		
EC1	Valor económico directo generado	27
EC3	Cobertura de la organización de planes de pensión	29
EC4	Ayudas financieras recibidas de Gobiernos	29
Presencia en el mercado		
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	29
EC7	Procedimiento para la contratación local y proporción de altos ejecutivos	29

DESEMPEÑO AMBIENTAL		
Materiales		
EN 1	Materiales utilizados	100
EN 2	Porcentaje de los materiales utilizados que son valorizados	100
Energía		
EN 3	Consumo directo de energía	102
EN 4	Consumo indirecto de energía	102
EN 5	Ahorro de la energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia	103
EN 7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	103
Agua		
Ayudas financieras recibidas de Gobiernos		
EN 8	Captación total de agua	104
EN 10	Volumen de agua reciclada	104
Biodiversidad		
EN 11	Terrenos adyacentes o ubicados en espacios naturales protegidos	109
Emisiones, Vertidos y Residuos		
EN 16	Emisiones de gases de efecto invernadero	105
EN 18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases efecto invernadero	105
EN 19	Sustancias destructoras de la capa de ozono	105
EN 21	Vertimiento de aguas residuales	106
EN 22	Residuos gestionados según tipo de tratamiento	106
EN 24	Residuos tratados que se consideran peligrosos	106
Productos y Servicios		
EN 26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	108
EN 27	Productos vendidos que son recuperados al final de su vida útil	108

DESEMPEÑO SOCIAL

Desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo		
Empleo		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores	33
LA3	Beneficios sociales para los empleados	34
Relaciones empresa / trabajadores		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	34
Aspecto salud y seguridad en el trabajo		
LA 6	Porcentaje de trabajadores representados en comités de seguridad y salud	37
LA7	Tasas de absentismo, accidentes, días perdidos y número de víctimas mortales	37
LA8	Programas de prevención de riesgos	38
Formación y educación		
LA10	Promedio de formación al año por empleado	47
LA11	Programas de gestión de habilidades formación continua	47
Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13	Composición de la plantilla desglosada por sexo y otros indicadores de diversidad	37
LA 14	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres	36
Desempeño de Derechos Humanos		
HR2	Porcentaje proveedores objeto análisis de Derechos Humanos	86
Explotación infantil		
HR6	Incidentes de explotación infantil	17
Trabajo Forzoso		
HR7	Incidentes de trabajo forzoso	17
Desempeño de Sociedad		
Comunidad		
SO1	Evaluación de los impactos de las operaciones en las comunidades	96
Corrupción		
SO2	Unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos de corrupción	68
SO3	Formación de los empleados en procedimientos anti-corrupción	68
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	69
Desempeño de la Responsabilidad sobre Productos		
Salud y Seguridad del Cliente		
PR1	Impacto de los productos en la salud y seguridad de cliente, productos sujetos a tales evaluaciones	60
Etiquetado de Productos y Servicios		
PR3	Tipo de información sobre los productos requeridos por la normativa y productos sujetos a tales requerimientos informativos	63
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	56
Comunicaciones de Marketing		
PR6	Adhesión a códigos voluntarios en comunicaciones de marketing, publicidad y actividades promocionales.	60

SUPLEMENTO SECTORIAL PARA INDUSTRIAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS

FP4	Programa de promoción de vida sana	71
FP5	Certificación de lugares de producción (HACCP)	60
FP 6 y 7	Productos reducidos en grasas, azúcares y sodio	63
FP 8	Buenas prácticas de comunicación al consumidor	64
FP1 y FP 2	Práctica de abastecimiento de materias primas	86





Para más información, contactar a:
Gerencia Asuntos Corporativos CCU
Tel: 427 3000
Fax: 427 3333
Correo electrónico: cvallejo@ccu.cl
Dirección: Vitacura 2670, Las Condes
www.ccu.cl

Diseño y Producción:
Grupok

Fotografía:
Archivo CCU
Cristóbal Marambio
Shutterstock®

Impresión:
Ograma

