

Indice

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL.....	3
CAPITULO 1	
<i>Perfil Corporativo</i>	5
CAPITULO 2	
<i>Alcance del Reporte y Diálogo con los Públicos</i>	10
CAPITULO 3	
• <i>Dimensión Económica</i>	13
• <i>Dimensión Social</i>	16
-CCU y sus Trabajadores	17
-CCU Junto a sus Clientes y Consumidores.....	22
-CCU, Gobierno Corporativo y Accionistas.....	26
-CCU Trabajando por la Comunidad.....	28
-CCU y sus Proveedores: Una Alianza de Colaboración.....	34
• <i>Dimensión Ambiental</i>	36
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA HISTORIA DE CCU	43
RECONOCIMIENTOS	46
INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD.....	47



Mensaje del Gerente General

Bienvenidos al Informe de Sustentabilidad CCU, el que refleja los compromisos con los cuales la Compañía busca el desafío de ser la empresa que potencia un mejor vivir, en el marco de un crecimiento sostenible a largo plazo.

En CCU entendemos la Sustentabilidad como una forma de progreso que conjuga las necesidades de hoy sin comprometer el desarrollo económico, social y ambiental de las futuras generaciones.

Asumimos esta mirada como un compromiso que integramos a nuestro modelo de gestión a través de nuestro Pilar Estratégico de Sustentabilidad. En esta línea, hemos hecho de la Responsabilidad Social uno de nuestros Valores Corporativos, permitiéndonos adoptar políticas y acciones que son transversales a toda la organización. Esta es una opción que tomamos libremente y que trasciende a la obligatoriedad eventualmente impuesta por una legislación.

Es bajo este punto de vista, que en 2003 adherimos al Pacto Global, una iniciativa voluntaria impulsada por las Naciones Unidas, que apoya principios de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y la lucha contra la corrupción.

Asimismo, persistimos en el compromiso de mejorar continuamente el reporte de nuestro desempeño económico, social y ambiental a nuestras partes interesadas, tarea que iniciamos hace cuatro años. Este es el segundo documento en cuya elaboración hemos seguido las directrices recomendadas por el Global Reporting Initiative (GRI) y esta edición fue preparada según la versión G3, presentada en octubre de 2006.

El contenido de este "Informe de Sustentabilidad CCU" busca entender y satisfacer las necesidades e intereses de los diferentes públicos con los cuales interactúa: nuestros trabajadores que son el motor de la Compañía, la comunidad en que operamos, los consumidores que diariamente prefieren nuestras marcas y los clientes con quienes compartimos nuestro éxito; los accionistas que confían en nuestra capacidad y potencial, como también los proveedores, las autoridades y las instituciones.

En lo referente al desempeño económico, 2006 fue un excelente año para CCU, con records históricos en nuestros principales indicadores, lo que nos permite seguir siendo una empresa sólida, generadora de empleo, que responde a sus públicos, impactando positivamente en el país.

Durante el mismo período, continuamos desarrollando acciones orientadas a la Comunidad con los Programas "CCU en el Consumo Responsable de Alcohol", "CCU en el Deporte", "CCU en el Apoyo Solidario" y "CCU en la Cultura". Estas son iniciativas consistentes en el tiempo y que llegan cada vez a más personas contribuyendo a mejorar su calidad de vida.

Asimismo, la implementación del Proceso Directivo de Calidad y Medioambiente creado hace dos años, ha avanzado consolidándose en las plantas cerveceras, en las embotelladoras y en PLASCO. Este año, se incorporó en Compañía Pisquera de Chile, Viña San Pedro y Transportes CCU. Este gran esfuerzo apunta a seguir adelante en la coordinación de planes y compromisos de calidad y medio ambiente en todas las filiales de CCU.

Los avances y logros aquí presentados, son el resultado del compromiso de todos quienes trabajan e integran el mundo CCU. Son un incentivo para seguir en el camino de la Sustentabilidad.

Aunque estamos conscientes de que aún queda mucho por hacer, las siguientes páginas dan cuenta de la firme convicción de CCU por ser reconocida como la empresa que potencia un mejor vivir.



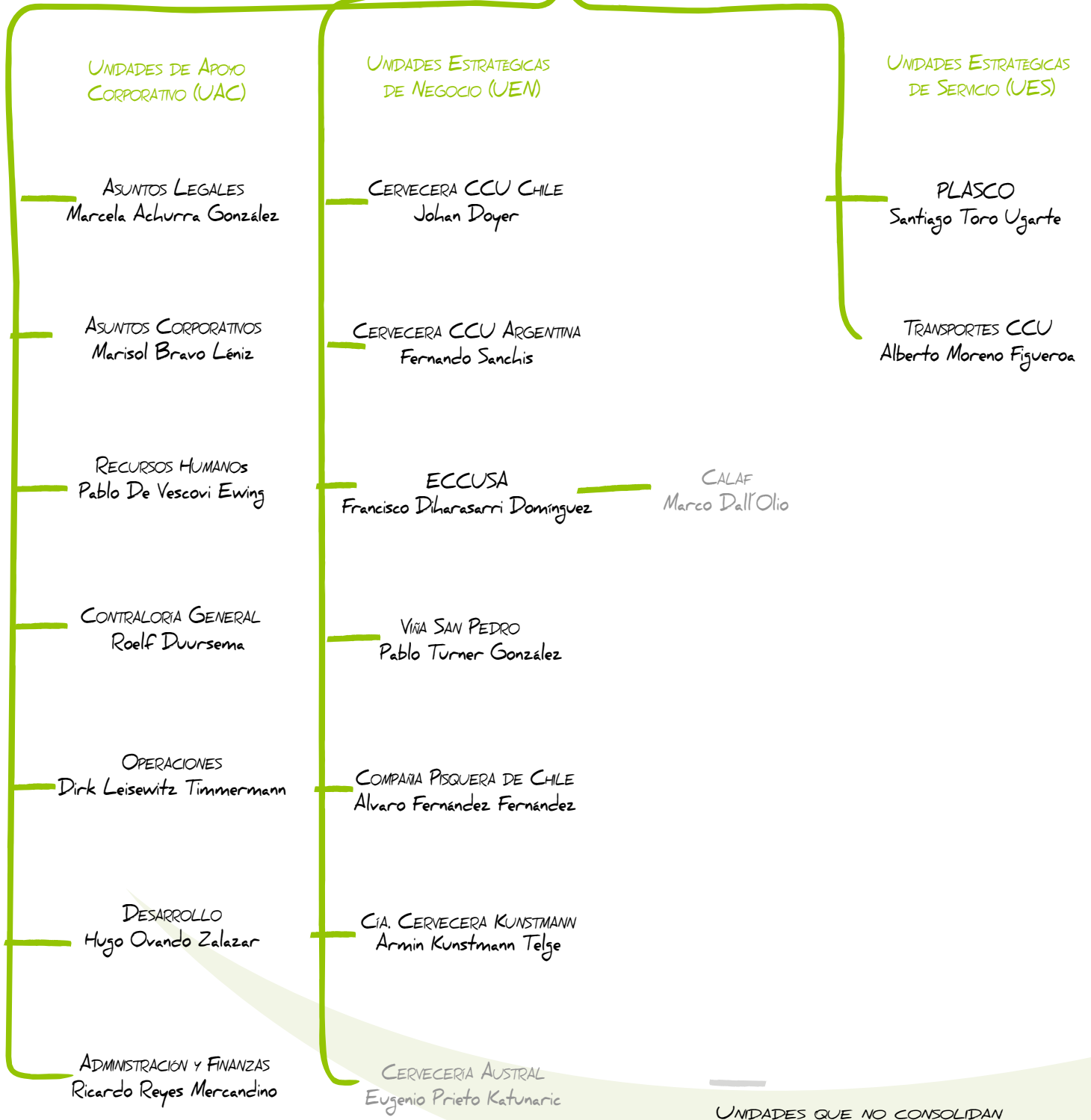
PATRICIO JOTTAR N.

Gerente General

CCU S.A.

DIRECTORIO

GERENTE GENERAL
Patricio Jottar Nasrallah





Perfil Corporativo

Descripción de CCU

Con más de 150 años de tradición histórica, CCU S.A. es una empresa diversificada de bebidas, con operaciones principalmente en Chile y Argentina. CCU es el mayor cervecero chileno, el segundo cervecero en Argentina, el tercer mayor productor de bebidas gaseosas en Chile, el segundo mayor productor de vinos, el mayor embotellador de agua mineral y néctares en Chile, uno de los mayores fabricantes de pisco en Chile y también participa en el negocio de los confites. La Compañía tiene contratos de licencia, distribución y/o joint venture con Heineken Brouwerijen B.V., Anheuser-Busch Incorporated, PepsiCo Inc., Paulaner Brauerei AG, Schweppes Holdings Limited y Watt's Alimentos S.A.

1.-PERFIL CORPORATIVO

CCU es una sociedad anónima abierta que se rige por las leyes de Chile y Argentina y cuyas acciones son transadas en los mercados bursátiles de Chile y en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE).

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

La Compañía cuenta con más de 4.300 empleados y en 2006 produjo 13,4 millones de hectolitros (HL) de bebestibles. Con ellos atiende a clientes con patente de alcohol y sin alcohol del comercio minorista, integrado por supermercados, restaurantes, botillerías, almacenes, fuentes de soda y otros.

• LAS MARCAS DE LA COMPAÑÍA



CCU cuenta con un amplio portafolio de marcas para diversas ocasiones de consumo.

En el mercado nacional, su oferta de marcas en el rubro de cerveza contempla Cristal, Escudo, Royal Guard, Morenita, Dorada y Lemon Stones, además de las cervezas internacionales, Heineken, Budweiser y Paulaner y las marcas de especialidades, Austral y Kunstmann.

En Argentina las principales marcas de la Compañía son Schneider, Budweiser y Heineken. Además cuenta con las marcas regionales Salta, Santa Fe y Córdoba, y las importadas Corona y Negra Modelo.



En el segmento de gaseosas las marcas de CCU se componen por Bilz, Pap, Kem, Kem Xtreme y Nobis. Cuenta con las marcas licenciadas de PepsiCo: 7Up, Pepsi, Pepsi Twist, y la bebida isotónica Gatorade y la energética Adrenaline-Rush. Asimismo, de Schweppes Holdings Ltd: Crush, Limón Soda, Ginger Ale y Agua Tónica.

En el segmento néctares, la Compañía cuenta con la marca licenciada Watt's en la categoría botellas.

En aguas, CCU participa con las aguas minerales Cachantun, Mas de Cachantun, Porvenir y la purificada Glacier.



El portafolio de pisco de la Compañía incluye Ruta Norte, La Serena, Campanario, Control, Mistral y Tres Erres. En la categoría cóctel cuenta con Ruta Sour, Ruta Sour Pica, Ruta Sour Mango, Campanario Sour, Campanario Pica y Campanario Mango.

En el negocio de los confites, diversos productos se elaboran bajo la marca Calaf, que integra las galletas Bortolaso.



2.- NUESTRA MISION, VISION, VALORES

NUESTRA VISION: "Seremos reconocidos como la empresa que potencia un mejor vivir"

NUESTROS VALORES CORPORATIVOS:



1. Innovación

- A. Conocimiento íntegro de nuestros consumidores.
- B. Innovación continua en nuestros negocios, productos, empaques.
- C. Superar con nuestras marcas las expectativas de nuestros consumidores.



2. Compromiso con la Calidad

- A. Aspirar a la excelencia operacional en cada uno de nuestros procesos, comprometiéndonos con el trabajo bien hecho.
- B. Excelencia en el servicio a nuestros clientes.
- C. Calidad y confianza en todo lo que desarrollemos.
- D. Las mejores prácticas en nuestra gestión.

DISEÑO CORPORATIVO

	UNIDADES ESTRATEGICAS DE NEGOCIO (UEN)	UNIDADES DE APOYO CORPORATIVO (UAC)	UNIDADES DE SERVICIO (UES)
FUNCIONES PRINCIPALES	- PRODUCCION - VENTA - MARKETING	- SERVICIOS COMPARTIDOS TRANSACCIONALES NO TRANSACCIONALES - SERVICIOS CORPORATIVOS	- SERVICIOS COMPARTIDOS
UNIDADES PRINCIPALES	CCU CHILE ECCUSA VIÑA SAN PEDRO COMPAÑIA PISQUERA DE CHILE OTRAS: AUSTRAL, KUNSTMANN, CALAF CCU ARGENTINA	ADMINISTRACION Y FINANZAS CONTRALORIA LEGAL RECURSOS HUMANOS ASUNTOS CORPORATIVOS DESARROLLO INGENIERIA	TRANSPORTES CCU PLASCO



En el rubro del vino, Viña San Pedro, bajo la denominación comercial VSP Wine Group, es el holding vitivinícola que reúne a seis unidades de negocio: San Pedro Doméstico, San Pedro Exportaciones, Viña Santa Helena, Viña Altaír, Viña Tabalí y Finca La Celia, filial en Argentina. Cada una de las viñas comercializa su portafolio de marcas.

Para más detalle sobre las marcas, visitar www.ccu-sa.com.

• DISEÑO CORPORATIVO

La estructura operativa de CCU distingue tres tipos de unidades: Unidades Estratégicas de Negocio (UEN), Unidades de Apoyo Corporativo (UAC) y Unidades de Servicio (UES). Las Unidades Estratégicas de Negocio son: Cervecería CCU Chile, Cervecería CCU Argentina, Embotelladora CCU, Viña San Pedro S.A., Cervecería Austral S.A., Compañía Cervecería Kunstmann y Calaf S.A. Su objetivo principal es satisfacer las necesidades de consumidores y clientes, por lo que su trabajo se centra en Producción, Marketing y Ventas.

NUESTRA MISION: En nuestros mercados, guiaremos la industria con marcas que inspiren a nuestros consumidores, clientes y trabajadores a potenciar sus estilos de vida, entregando a nuestros accionistas retornos crecientes en un marco de sustentabilidad económica, social y medioambiental.



3. Responsabilidad Social

- A. Promoción de un consumo responsable de nuestros productos.
- B. Honestidad en todas nuestras comunicaciones hacia la comunidad.
- C. Compromiso con el desarrollo de valores positivos que promuevan el bienestar de la comunidad en la cultura, el deporte y la educación.

4. Acción Inspiradora

- A. Guiar al consumidor a decidir libre, informada y responsablemente entre una mayor gama de opciones de calidad y conforme a su estilo de vida.
- B. Compromiso con el negocio de nuestros clientes, potenciando sus capacidades y trabajo conjunto para su crecimiento y prosperidad.
- C. Inspirar a nuestra gente a dar lo mejor de sí misma, valorando la creatividad, la iniciativa, y el entusiasmo por cumplir desafíos.
- D. Promover el desarrollo integral de nuestros empleados.



Las Unidades de Apoyo Corporativo, son comunes a todas las UEN, y se focalizan en las funciones de Contraloría, Administración y Finanzas, Operaciones, Desarrollo e Investigación de Mercado, Recursos Humanos, Asuntos Legales y Asuntos Corporativos.

A su vez, las UES proporcionan a las UEN servicios estratégicos especializados, como la logística y distribución de sus productos a todo Chile, a través de Transportes CCU Ltda. y la producción de envases en la Fábrica de Envases Plásticos, PLASCO S.A.

NUESTROS PILARES ESTRATEGICOS:

- **Rentabilidad:** maximizar el valor de nuestros negocios en su dimensión actual, optimizando márgenes, reduciendo gastos y generando excelencia operacional en todos sus procesos.
- **Crecimiento:** incrementar la dimensión actual del valor de los negocios con nuevos productos, atendiendo nuevas necesidades, nuevos canales y nuevas ocasiones de consumo, ganando participación de mercado entrando a nuevos negocios y categorías.
- **Sustentabilidad:** asegurar el valor de la Compañía con una visión de largo plazo, sobre bases de rentabilidad y crecimiento mantenidas más allá del período de planificación. A nivel interno, esto se refiere al capital humano, el valor de las marcas, el capital físico y cualquier otro activo tangible o intangible alojado al interior de la Compañía; y a nivel externo, se traduce en el conocimiento y la relación con nuestros clientes, consumidores, proveedores, la sociedad y los grupos asociados a la Compañía.

3.- PRINCIPIOS DE CCU

CCU cuenta con principios y reglamentos que dirigen su actuar en sus distintas actividades, tanto interna como externamente. Durante 2006 se compiló todos los documentos de las distintas áreas y filiales en una "Biblioteca de Políticas y Procedimientos"

en la Intranet de la Compañía, para que todo el personal pueda acceder a ellos.

Las siguientes Políticas, son principios que orientan la actitud y conducta de cada uno de los integrantes de CCU y sus filiales:

• CODIGO DE ETICA

Los principios éticos de la Compañía están reunidos en el "Código de Etica CCU". Este documento es una compilación de las directrices que rigen a la Compañía reunidas en un sólo texto para continuar siendo observadas en el ejercicio laboral, de manera de mantener siempre altos estándares éticos en las actividades que desarrolla cada uno de sus integrantes. (Para acceder al documento completo: <http://inversionistas.ccu-sa.com>).

El Código de Etica establece un conjunto de criterios, pautas y reglas aplicables a todos los trabajadores de CCU y sus filiales, entendiéndose por tales a cualquier persona que tenga un contrato de trabajo vigente con la Compañía ya sea en forma permanente o transitoria, 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*
- *Del fraude*
- *Comité de Etica*
- *Comité de Divulgación*



POLITICA 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.

La Compañía tiene la clara convicción que, para crecer y desarrollarse, debe partir de objetivos empresariales y principios éticos compartidos por todos quienes la integran. En este sentido, CCU busca diariamente obtener los mejores resultados en forma honesta, justa y con estricto respeto a la legalidad vigente.

• **POLITICA 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 perjudicial si se hace en exceso.

La orientación por promover el Consumo Responsable de Alcohol, llevó a la organización a contar con una “Política de Alcohol CCU” que busca potenciar la calidad de vida de las personas.

CCU y todas sus empresas relacionadas, con independencia de que produzcan alcohol o no, deben velar por garantizar la aplicación de la “Política de Alcohol CCU”.

4.- CCU Y EL PACTO GLOBAL

El compromiso de CCU con las mejores prácticas de gestión la impulsó a unirse en abril de 2003 al Pacto Global (PNUD), un acuerdo internacional que promueve la Organización de Naciones Unidas. CCU fue una de las primeras empresas chilenas que adhirieron a este acuerdo comprometiéndose a respaldar sus principios y actividades.

El Pacto Global convoca a las empresas a que adopten diez principios universales vinculados a los derechos humanos, a estándares en el trabajo, al medioambiente y contra la corrupción.

5.- INSTITUCIONES RELACIONADAS CON CCU

Por su actividad y variado portafolio de productos y categorías, CCU se relaciona con distintas instituciones del ámbito industrial, publicitario y comercial del sector privado y también del sector público.

Entre ellas se encuentran Cerveceros Latinoamericanos, la Asociación de Cerveceros de Chile (ACECHI), Viñas de Chile (a través de Viña San Pedro), Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANBER), Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), Acción RSE, Generación Empresarial, Cámara Chileno Norteamericana de Comercio (AMCHAM), Comisión Nacional de Educación de Tránsito (CONETRA), Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito (CONASET) y Paz Ciudadana.



**THE GLOBAL
COMPACT**

LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL:

Derechos Humanos

- 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.
- 2. Evitar verse involucradas en abusos de los derechos humanos.

Normas Laborales

- 3. Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- 4. Eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
- 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
- 6. Eliminar la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Medioambiente

- 7. Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.
- 8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
- 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medioambiente.

Anti-Corrupción

- 10. Trabajar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.



Alcance del Reporte y Diálogo con los Públicos

Voluntariado Corporativo "Con Compromiso Unidos"

1.- PARAMETROS DEL REPORTE

La Compañía publica el Informe de Sustentabilidad CCU junto a su Memoria Anual. Ambas se entregan en la Junta General de Accionistas de la Compañía que, en 2006 tuvo lugar el 20 de abril.

A partir de 2003, CCU comenzó a publicar anualmente un Informe Social, con las actividades que la Compañía desarrolla con sus distintos públicos. En la edición correspondiente al ejercicio de 2005, se amplió a un reporte de Sustentabilidad considerando las dimensiones Económica, Social y Medioambiental.

La presente edición ha sido elaborada de acuerdo a los estándares del Global Reporting Initiative, en su versión G3. La información

contenida en este documento corresponde al período que va desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2006.

• DEFINICION DE LOS CONTENIDOS

Para determinar la relevancia de la información contenida en este informe, se consideró la reflexión sobre elementos internos como la Misión, Visión, Valores Corporativos y los Pilares Estratégicos de CCU y elementos externos como los intereses y expectativas de los públicos con los que la Compañía se relaciona.

Asimismo, se incluyeron las políticas y códigos de CCU, así como sus compromisos internacionales, especialmente con el Pacto Global de las Naciones Unidas.

Por otra parte, se reportaron aspectos que no son necesariamente solicitados por el GRI, pero que la Compañía considera prioritarios dada la naturaleza de su negocio y que son pilares de su gestión. Tal es el caso de su Valor Corporativo de Responsabilidad Social que tiene como uno de sus objetivos prioritarios el Consumo Responsable de los productos de CCU.

En esta misma línea y de acuerdo a su Política de Responsabilidad Corporativa, el Informe de Sustentabilidad se estructura en las Dimensiones Económica, Social y Medioambiental, pero también

PARA MAS INFORMACION, REFERIRSE A:

ASUNTOS CORPORATIVOS CCU

Tel: 427 3000

Fax: 427 3333

Correo electrónico: ccu@ccu.cl

Dirección: Edificio CCU, Av. Vitacura 2670, Las Condes.

de acuerdo a los principales públicos con los que se relaciona la Compañía, definidos como sus trabajadores, clientes y consumidores, accionistas, comunidad y proveedores, reportando la interacción con ellos en cada uno de sus capítulos.

• COBERTURA

El informe de Sustentabilidad CCU 2006, comprende todas las filiales de la Compañía que consolidan, es decir, que entregan sus resultados en el balance de CCU. Además considera observaciones sobre Calaf S.A. y otras empresas relacionadas con la Compañía, cuando la información es relevante. Esta organización está descrita en el Cuadro de Estructura Corporativa de la página 4. La empresa cuenta con operaciones en Chile y Argentina.

Compañía Cervecera Kunstmann consolida a partir de noviembre de 2006, por lo que la Información correspondiente a esa unidad será incluida en el Informe de 2007.

• APLICACION INDICADORES

Para la elaboración de este documento se utilizaron los criterios que provee el Global Reporting Initiative (GRI), aplicando los protocolos para los indicadores.

Asimismo, también se utilizaron otros indicadores que la Compañía utiliza para sus propias mediciones.

Para la Dimensión Ambiental se utilizó en gran medida los datos generados por el Proceso Directivo de Calidad y Medioambiente -parte del modelo de negocio de la Compañía-, que sistematiza y homologa los indicadores medioambientales de las distintas plantas.

Para la Dimensión Económica, se analizó la información que CCU reporta a través de su Memoria Anual, los resultados que hace públicos de manera trimestral y otros documentos. Para más información <http://www.ccu-sa.com>

Finalmente para la Dimensión Social, se recolectaron datos e información de distintos sistemas de gestión de la Compañía.

• CAMBIOS SIGNIFICATIVOS

En 2006 no se registraron cambios significativos en la estructura corporativa o naturaleza del negocio en relación con 2005. Asimismo, tampoco se modificó el período informativo del reporte.

Sin embargo, el mayor cambio que se registra en los métodos para elaborar la información presentada en este documento, tiene relación con el uso de la versión G3 del GRI. La edición de 2005 se basó en los protocolos G2.

Este cambio en las pautas hace que algunos de los datos no sean comparables de un año a otro. Sin embargo, la elaboración de este documento se orientó buscando la forma de mantener su continuidad y coherencia en el tiempo, tanto en contenido como en forma. De esta manera, algunos de los indicadores son similares a los de 2005, haciendo posible su comparación.

Asimismo, cada año luego de su publicación, el Informe de Sustentabilidad de CCU se sube al sitio Internet de la Compañía www.ccu-sa.com y al de Relación con Inversionistas <http://inversionistas.ccu-sa.com>, donde se pueden encontrar los documentos de años anteriores y la Memoria Financiera.

• INDICE DEL CONTENIDO GRI

Los temas que la Compañía ha identificado como relevantes para su publicación de acuerdo al principio de materialidad, y por lo tanto, se han incluido en este Informe de Sustentabilidad, están detallados en el índice de la página 1.

La tabla a continuación presenta el índice del contenido del GRI:

ASPECTO	PAGINAS
Estrategia	8
Perfil de la Organización	5
Parámetros del Informe	10
Gobierno, Compromisos y Participación de los públicos	9, 11, 26
Información sobre el enfoque de la dirección por dimensiones	13, 16, 36
Principales Indicadores del desempeño	47

2.- CONVERSANDO CON SUS PUBLICOS

CCU ha incorporado la RSE como parte integral de su estrategia de negocio, comprendiéndola como la respuesta ética, operativa y sistemática hacia todos los públicos con que se relaciona.

La Compañía levanta su compromiso de RSE sobre la base del principio de sustentabilidad, que busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer las suyas. Bajo esta premisa, la empresa ha implementado líneas de acción orientadas a sus distintos públicos: inversionistas, consumidores, comunidad, socios comerciales, proveedores, autoridades e instituciones.

CCU busca responder a las demandas de estos públicos. En este sentido, son priorizados en el desarrollo de programas y estrategias específicas, que de acuerdo al formato de este documento son detalladas en los siguientes capítulos:

-Trabajadores: La relación de la empresa con sus colaboradores y familiares se detalla en "CCU y sus Trabajadores", pg. 17.

-Clientes: La comercialización de los productos de la Compañía, está dirigida principalmente al comercio detallista integrado por supermercados, almacenes, botillerías, restaurantes, fuentes de soda y otros. Ver “CCU Junto a sus Clientes y Consumidores”, pg. 22.

-Consumidores: Los productos de CCU son consumidos en todo Chile, Argentina y en los países a los que Viña San Pedro exporta sus vinos. Ver “CCU Junto a sus Clientes y Consumidores”, pg. 22.

-Accionistas: La Compañía es una sociedad anónima abierta que al 31 de diciembre de 2006, cuenta con 5.168 accionistas. La comunicación con ellos se especifica en “CCU, Gobierno Corporativo y Accionistas”, pg. 26.

-Proveedores: La cadena de suministro de CCU está integrada por 10 mil empresas proveedoras en Chile y mil en el extranjero. Ver “CCU y sus Proveedores...”, pg. 34.

-Gremios: CCU participa activamente de los distintos gremios relacionados con su quehacer.

-Comunidad: La Compañía ha desarrollado un programa de “Responsabilidad Social hacia la Comunidad”. Ver “CCU Trabajando por la Comunidad”, pg. 28.

-Líderes de Opinión: CCU desarrolla fichas informativas con sus principales noticias que son enviadas a líderes de opinión de distintas áreas.

-Medios de Comunicación: La Compañía tiene un área específica de comunicaciones que se relaciona con los medios de prensa regionales y nacionales.

-Autoridades: Además de cumplir con la legislación vigente en todos los países en los que desarrolla su negocio, CCU tiene una relación cercana con las autoridades locales a través de Municipalidades e instituciones ligadas a la educación y seguridad vial. Ver “CCU Trabajando por Comunidad”, pg. 28 y “Dimensión Ambiental”, pg. 36.

CCU considera que para su estrategia y gestión de Responsabilidad Corporativa es fundamental considerar y escuchar a sus públicos, tomando en cuenta sus diversos puntos de vista y expectativas. Asimismo, la entrega oportuna de información relevante, es necesaria ya que crea confianza y perspectivas realistas de las partes interesadas.

Si bien la relación con los públicos definidos está detallada en los siguientes capítulos del Informe, para una visión general se utilizan encuestas de opinión para identificar la evaluación que el público hace de la Compañía. Con este objetivo, se realiza trimestralmente un estudio de percepción respecto de los valores de CCU: Calidad, Innovación, Acción Inspiradora y Responsabilidad Social.

A través de sus resultados la Compañía puede monitorear si su actuar es coherente con los principios que rigen sus acciones con la comunidad, o si necesita reforzar alguno de ellos y de esta manera readecuar su gestión de Responsabilidad Corporativa.





Planta Cervecera CCU Chile, Santiago.

CCU busca la rentabilidad en sus negocios como un compromiso básico no sólo con sus accionistas, sino que también con sus trabajadores, proveedores, clientes y la comunidad.

La Compañía da a conocer públicamente sus resultados de manera trimestral y además, en abril publica su Memoria Anual CCU con información detallada para inversionistas y público en general. Para más detalles: www.ccu-sa.com

1.- DESEMPEÑO ECONOMICO

CCU marcó nuevos máximos históricos en 2006. Los volúmenes consolidados anuales alcanzaron 13,4 millones de hectolitros (HL), los ingresos por ventas crecieron 8,6% llegando a \$545.797 millones, el resultado operacional aumentó 17,4%, totalizando \$79.692 millones y el EBITDA se incrementó 10,8% alcanzando \$121.761 millones.

La utilidad neta aumentó 13,5%, desde \$49.189 millones en 2005 hasta \$55.833 millones en 2006, principalmente como consecuencia de un mejor resultado operacional.

VENTAS EN MILLONES DE PESOS POR SEGMENTO												
	CERVEZAS EN CHILE		CERVEZAS EN ARGENTINA		GASEOSAS Y AGUA MINERAL		VINO		PISCO		OTROS	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
PRODUCTOS PRINCIPALES	214.587	189.853	57.277	47.361	149.750	137.899	71.965	79.618	33.216	28.792	10.061	8.914
OTROS PRODUCTOS	3.073	2.535	529	356	718	559	4.281	6.142	340	352	0	0
TOTAL	217.660	192.388	57.807	47.717	150.467	138.458	76.246	85.760	33.557	29.143	10.061	8.914
% CAMBIO	13,1%		21,1%		8,8%		-11,1%		15,1%		12,9%	

• VALOR ECONOMICO GENERADO

VALOR ECONOMICO DISTRIBUIDO EN MILLONES DE \$	
Costos de explotación	259.889
Gastos de administración y ventas	206.215
Pagos a inversionistas	31.014
Impuestos	14.235
Donaciones a la comunidad	426

-Inversionistas: CCU cuenta con una política de dividendos que reparte como mínimo el 50% de las utilidades líquidas del año. Durante 2006 entregó dividendos por \$31.014 millones a sus accionistas, correspondientes a las utilidades de 2005.

Las utilidades retenidas aumentaron \$22.171 millones a final del período.

-Impuestos: Durante el período que cubre este documento, CCU pagó en impuestos en Argentina y Chile un total de \$14.235 millones, un 53,0% más que en 2005, explicado por el aumento en el resultado operacional y en los ingresos no operacionales.

-Donaciones a la Comunidad: CCU destina recursos con fines sociales y deportivos, a proyectos educacionales, institutos profesionales, universidades y a instituciones culturales, en otros. Adicionalmente, a través de sus marcas Cristal, Cachantun, Bilz y Pap, Campanario y Mistral, realizó una donación de \$316.902.805 a la Teletón que se realizó en 2006, por lo que las donaciones de la Compañía totalizaron \$426.921.085.



- **BALANCE GENERAL CONSOLIDADO**

BALANCE GENERAL CONSOLIDADO EN MILLONES DE PESOS	2006
Total Activo Circulante	263.855
Total Activo Fijo	341.372
Otros Activos	97.180
TOTAL ACTIVO	702.407
Total Pasivo Circulante	146.566
Total Pasivo a Largo Plazo	164.490
Interés Minoritario	42.124
Total Patrimonio	349.228
TOTAL PASIVO	702.407

- **COBERTURA DE LAS OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACION 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's en Chile y AFJP's en Argentina).

- **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 PARTICIPACION DE LOS SEGMENTOS**

Geográficamente, CCU tiene operaciones en Chile y Argentina. En términos de industrias, participa de los negocios de cerveza, vino, bebidas gaseosas, agua mineral, néctares, pisco y confites en el territorio nacional, y cerveza y vino en el país vecino. En el resto del mundo, CCU está presente a través de las exportaciones de vino de su filial Viña San Pedro.

PARTICIPACIONES DE MERCADO 2006							
CERVEZAS EN CHILE	CERVEZAS EN ARGENTINA	GASEOSAS	AGUA MINERAL	NECTARES EMBOTELLADOS	VINO DOMESTICO	VINO EXPORTACION ENVASADO	PISCO
86%	16%	22%	72%	59%	19%	11%	45%

- **RELACION PROVEEDORES LOCALES VS. EXTRANJEROS.**

La Compañía cuenta con más de 10 mil proveedores locales de los países en los que desarrolla sus operaciones. Estos representan el 91% del total de empresas abastecedoras con las que trabaja. Para más detalles referirse al capítulo "CCU y sus Proveedores...", pg. 210.

- **PROCEDIMIENTOS PARA LA CONTRATACION 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.



Dimensión Social

A lo largo de los 150 años de tradición de CCU, los principios que han guiado el actuar de la Compañía son la preocupación por el bienestar de sus trabajadores y familias, la satisfacción de sus clientes y consumidores, la confianza de sus accionistas, el trabajo en conjunto con sus proveedores y la difusión de valores positivos en la Comunidad.

CCU y sus Trabajadores

1.- LOS TRABAJADORES, EL MOTOR DE LA COMPAÑÍA

CCU junto a sus filiales y empresas relacionadas generan empleo para más de 4 mil personas al año y son ellas su capital esencial para mantener y acrecentar su liderazgo en el mercado.

DOTACION DE CCU Y SUS FILIALES, POR NIVEL A DICIEMBRE DE 2006 (*)

	Gerentes	Ejecutivos y Profesionales	Empleados / Operarios	Total General
MATRIZ	28	280	115	423
CCU CHILE	16	163	630	809
ECCUSA	5	117	783	905
VSP (**)	14	139	447	600
CPCH	7	50	240	297
CCU ARGENTINA	7	346	190	543
PLASCO	1	12	103	116
TRANSPORTES CCU	3	37	436	476
COMERCIAL CCU	1	26	157	184
KUNSTMANN (***)	2	2	59	63
TOTAL	84	1.172	3.160	4.416

(*) Sólo contiene dotación de planta de empresas que consolidan

(**) Incluye Viña San Pedro, Santa Helena y La Celia

(***) A pesar de que la dotación total incorpora a Compañía Cervecera Kunstmann S.A., no pasa lo mismo con los otros indicadores

ya que esta empresa comenzó a incluir sus resultados en los de CCU a partir de noviembre de 2006.

Por su parte, Calaf S.A. cuenta con una dotación de 264 personas, Cervecería Austral S.A. 36, Viña Tabalí S.A. 31 y Viña Altair S.A. cuenta con 15.

La antigüedad media de empleados en CCU es de 8,2 años. En Transportes CCU se registra el promedio de años más alto con 13 años y el más bajo es de CPCh que tiene un promedio de 2, que son los años que la Compañía lleva de existencia.

2.- ENTREGANDO BENEFICIOS PARA LOS TRABAJADORES

Los trabajadores de la Compañía cuentan con una serie de beneficios que permiten mejorar su calidad de vida. Entre ellos, aproximadamente 3.000 empleados gozan de asignaciones, bonos y aguinaldos en determinadas épocas del año. Para aquellos que trabajan en turnos con poca circulación de transporte público, se dispone movilización de acercamiento al lugar de trabajo. También se entrega vestuario de trabajo a operarios, vendedores y personal administrativo según la naturaleza de sus labores.

Estos beneficios también alcanzan a sus familiares, en este sentido, en época de Navidad CCU realiza una gran fiesta familiar donde se

BENEFICIOS OTORGADOS A LOS TRABAJADORES DURANTE 2006

PROGRAMA	DESCRIPCION	N° DE BENEFICIARIOS (A DICIEMBRE DE 2006)
ASIGNACION DE ESCOLARIDAD	Cantidad de dinero otorgada al trabajador de acuerdo a los hijos que acrediten cursar algún nivel de escolaridad.	2.960
BONO FERIADOS	Cantidad de dinero otorgada al trabajador cuando hace uso de a los menos 10 días de vacaciones.	2.960
AGUINALDO FIESTAS PATRIAS Y NAVIDAD	Beneficio en dinero durante las Fiestas Patrias y de Navidad.	2.960
BONO MOVILIZACION	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su traslado al lugar de trabajo.	2.960
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.	3.871
VESTUARIO DE TRABAJO	Vestuario otorgado por la empresa según la naturaleza de las labores.	3.167
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.	3.945
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.	3.945
REGALO DE CANASTA FAMILIAR	Beneficio que busca compensar los gastos en que incurre el trabajador durante las Fiestas Navideñas.	3.945
BONOS MATRIMONIO (DINERO Y DÍAS DE VACACIONES)	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su matrimonio.	2.824
GASTOS DE FALLECIMIENTO FAMILIAR DIRECTO	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo del fallecimiento de algún familiar directo.	2.928
SEGURO DE VIDA	Cantidad de dinero (Prima) pagada por la empresa a las compañías de seguros por cada trabajador.	2.808
ASIGNACION DE NATALIDAD	Cantidad de dinero otorgada por motivo del nacimiento de un hijo del trabajador.	2.824
SERVICIO DE BIENESTAR	Cantidad de dinero pagada por la empresa a los Servicios de Bienestar por cada trabajador.	2.390
SISTEMA DE INCENTIVOS (BONOS)	Cantidad de dinero pagada por la empresa a los trabajadores, en función de la productividad y a estándares de Rendimiento de la compañía.	3.217



Los resultados generales de las últimas negociaciones son fructíferos para las partes, evidenciado esto en la no existencia de huelgas desde hace más de una década.

4.- PREVENCIÓN DE RIESGOS

Prevenir riesgos y velar por la seguridad de sus trabajadores es un aspecto fundamental para CCU.

La Compañía cuenta con una estrategia de gestión preventiva (Control de Comportamientos Críticos), buscando generar un cambio cultural en los empleados el cual considera la seguridad como un valor personal.

• COMENTARIOS A NIVEL CONSOLIDADO

-La Tasa de Accidentabilidad mostró una importante disminución con respecto a 2005. Sin embargo, la Tasa de Siniestralidad se vio afectada por el número de días perdidos por accidentes en el año. En este sentido, la Compañía está haciendo todos los esfuerzos necesarios para que este indicador también refleje una reducción.

Se debe destacar el permanente fortalecimiento de los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad –que representan al 100 % de los trabajadores-, los cuales se preocupan principalmente de la difusión de la seguridad y el control de las medidas de prevención de riesgos adoptadas por la empresa y los trabajadores, contribuyendo en forma importante a lograr un ambiente más saludable y seguro.

• COMENTARIOS POR EMPRESA

-Cervecera CCU Chile disminuyó su Tasa de Accidentabilidad de 2006 en 16% y la Tasa de Siniestralidad en 15% con respecto al año anterior. Estos resultados se deben principalmente al desarrollo

invita a los trabajadores de todas las filiales. En 2006 se realizó en Fantasilandia y asistieron más de 6.500 personas. Con motivo de esta festividad, la Compañía hace entrega de una canasta familiar y de un regalo a los hijos menores de 12 años de los trabajadores.

3.- RELACION 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. Alrededor de 60% de la dotación de la Compañía está sindicalizada. Actualmente, en Chile existen 42 sindicatos contando las filiales que consolidan y dos más en Calaf.

El proceso de negociación colectiva se desarrolla normalmente en plena armonía entre los ejecutivos y los representantes de los trabajadores, primando en el planteamiento y debate de las ideas un diálogo directo, franco y respetuoso.

INDICE DE ACCIDENTABILIDAD A DICIEMBRE DE 2006

EMPRESA	PROMEDIO DE TRABAJADORES (*)	Nº DE ACCIDENTES	DIAS PERDIDOS	TASA DE ACCIDENTABILIDAD	TASA DE RIESGO O SINIESTRALIDAD
MATRIZ	444	8	139	1,8	31,31
CCU CHILE	664	26	382	3,97	58,42
ECCUSA	1009	58	843	5,75	83,55
VSP	1017	17	322	1,67	31,66
CPCH	370	14	116	3,78	31,35
CCU ARGENTINA	657	34	643	5,18	97,87
PLASCO	119	6	269	5,04	226,05
TRANSPORTES CCU	496	25	396	5,04	79,84
TOTAL	4.776	188	3.110	3,94	65,12

Tasa de Accidentabilidad = Nº Accidentes * 100 / Promedio Trabajadores. Tasa de Riesgo = Nº Días Perdidos * 100 / Promedio de Trabajadores.

(*) Promedio de trabajadores incluye a todos los de planta y de temporada durante 2006

de una cultura preventiva, basada en la aplicación del Control de Comportamientos Críticos.

Durante 2006 se aplicó el plan de Prevención de Riesgos, en cual se incorporaron diferentes actividades, que se centraron en controlar la criticidad de los riesgos a través de campañas de prevención, identificación de peligros, funcionamiento permanente de los Comités Paritarios y un programa de salud ocupacional orientado a los trabajadores, entre otros.

- Las principales acciones de CCU Argentina realizadas en seguridad ocupacional se concentraron en el área de envasado, efectuando análisis de riesgos, estableciendo procedimientos de Trabajo Seguro en los puestos de trabajo y efectuando capacitación "On Job" de todos los operarios del área.

Se creó el Procedimiento Plan Básico de Emergencias Administración en la planta de Santa Fe y se realizó simulacro de evacuación.

-Embotelladora CCU (ECCUSA) disminuyó su Tasa de Accidentabilidad, pero experimentó un aumento en la tasa de Siniestralidad. Sin embargo, ambos índices se ubican por debajo del promedio nacional del rubro embotellación.

Desde 2003 que la planta de Santiago ha mantenido un decrecimiento sostenido de las tasas de Siniestralidad y Accidentabilidad.

Se efectuaron diversas actividades dentro del ámbito de la salud ocupacional, como estudios audiométricos, inspecciones y evaluaciones de puestos de trabajo, programa de control contra

radiaciones ionizantes, etc. Asimismo, se realizaron acciones de capacitación tendientes a prevenir dolencias y educar e involucrar a los trabajadores en el tema de seguridad.

-Viña San Pedro (VSP) mostró un aumento en el número de accidentes como en el de días perdidos lo que hizo que las tasas de Accidentabilidad y de Siniestralidad también se incrementaran. En 2006, Viña San Pedro obtuvo el premio Asociación Chilena de Seguridad a la acción efectiva como reconocimiento a su labor en el tema Salud y Seguridad Ocupacional. En mayo, Viña Santa Helena logró la certificación OHSAS 18.001, Sistema de gestión en Salud y Seguridad Ocupacional.

-En Transportes CCU la disminución en el número de accidentes y Tasa de Accidentabilidad se debe principalmente a la capacitación y énfasis puesto a lo largo del país en mejorar los resultados en prevención de riesgos a través del programa Empresa Competitiva. Respecto a la Tasa de Siniestralidad, ésta se vio afectada por un accidente grave sufrido por un trabajador a fines de 2005, reflejándose gran parte de los días perdidos en el índice de 2006.

-PLASCO disminuyó el número de accidentes y por ende la tasa de Accidentabilidad, no obstante, un accidente significó varios meses de tiempo perdido lo que llevó a que la Tasa de Siniestralidad se incrementara respecto a 2005.

-Compañía Pisquera de Chile (CPCh) implementó durante 2006 su programa de prevención de riesgos con buen resultado, especialmente en lo que se refiere a días perdidos, lo que se reflejó en una baja Tasa de Siniestralidad.





5.- PROMOVRIENDO EL DESARROLLO DE LOS TRABAJADORES

La gente de CCU es el motor que le permite crecer día a día por lo que promover su desarrollo integral es un imperativo. CCU ofrece a sus empleados cursos de capacitación y entrenamiento para que puedan adquirir, desarrollar y actualizar sus conocimientos, habilidades y aptitudes adaptándose a los desafíos que tiene la Compañía.

- En Chile durante 2006, las actividades de capacitación significaron 84.631 horas persona, totalizando 5.096 participantes, lo que representa una inversión total de \$327.938.575. Se dictaron 813 cursos, en temas con relación a servicio, calidad y trabajo en equipo, programas de ejecución comercial y cursos técnicos en procesos productivos, entre muchos otros.

- En VSP Wine Group se realizaron 7.900 horas de capacitación en las que participaron 395 personas totalizando una inversión de \$6.986.299.

• HECHOS DESTACABLES EN CAPACITACION DURANTE 2006

- En la planta cervecera de Santiago se continuó con el Programa Gimnasia de Pausa con gran éxito, llegando al 95 % de los trabajadores, dos veces por semana. Se trata de una iniciativa en la que un tutor especializado realiza ejercicios de elongación junto con los trabajadores de las instalaciones, con el objeto de evitar problemas de salud y mejorar su calidad de vida en el trabajo. En 2006 se sumó a esta práctica el área administrativa.

- Una de las actividades más destacadas realizadas durante 2006 fue la implementación de los Programas de Consumo Responsable de Alcohol y Prevención del Uso de Drogas. La principal motivación para CCU Chile en desarrollar estos Programas fue elevar el nivel

de salud y seguridad de los trabajadores, previniendo enfermedades y accidentes provocados por el consumo excesivo de alcohol y el uso de droga, además de posicionar a CCU Chile como ambiente laboral con consumidores responsables de alcohol y libre del consumo de drogas ilícitas.

- Calaf concluyó cursos de nivelación de Educación Básica para 16 personas.

INFORME CAPACITACION CCU Y SUS FILIALES A DICIEMBRE DE 2006 (*)	
PARTICIPANTES POR NIVEL OCUPACIONAL	
EJECUTIVOS	215
PROFESIONALES	656
MANDOS MEDIOS	492
ADMINISTRATIVOS	487
CALIFICADOS	2.069
SEMI CALIFICADOS	862
NO CALIFICADOS	315
TOTAL	5.096
CAPACITACION ESPECIAL	
PARTICIPANTES EN CARRERAS TECNICAS	40
PARTICIPANTES EN CARRERAS UNIVERSITARIAS	13
PARTICIPANTES DESARROLLO PROFESIONAL	14
PARTICIPANTES DESARROLLO PROFESIONAL EN EL EXTRANJERO	6
PARTICIPANTES NIVELACION DE ESTUDIOS	15
TOTAL	88
(*) La tabla no contempla: -La capacitación en CCU Argentina -La capacitación en VSP -Las becas sociales para participantes no trabajadores de CCU.	

- **Becas Sociales:** El compromiso con la comunidad se tradujo en la entrega de becas sociales, las que fueron financiadas con los excedentes de CCU y sus empresas relacionadas. Las becas permitieron que personas que no trabajan en la Compañía puedan capacitarse.

Con una inversión total de \$8.972.000, se realizaron 3.400 horas de capacitación en gasfitería, repostería y primeros auxilios. Estas actividades tienen como propósito el desarrollo de la empleabilidad de personas sin formación técnica y fomentar el emprendimiento individual, generando una opción de desarrollo laboral y personal, la posibilidad de aportar al presupuesto familiar y mejorar la autoestima de quienes participan.

-En 2006 en Argentina se realizaron 5.411 horas de capacitación, de las cuales 1.014 hrs. fueron inherentes a temas relacionados con la Seguridad y Salud Ocupacional. En total participaron 651 personas en estudios relacionados con el área industrial, buenas prácticas de manufactura, calidad, computación e idiomas, cursos de auditoría, entre otros.

6.- AMBIENTE DE TRABAJO RESPETUOSO

CCU considera a cada uno de sus empleados como una persona integral con responsabilidades y compromisos en el trabajo, el hogar y 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, creando 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 Y EVALUACION DE DESEMPEÑO

Para analizar el entorno interno 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 se realiza al 100% del personal a partir de 2002.

ANALISIS CLIMA ORGANIZACIONAL CCU S.A. Y SUS FILIALES					
	% DE SATISFACCION LABORAL				
	2002	2003	2004	2005	2006
CCU S.A.	66%	76%	79%	78%	78%
CCU CHILE	69%	70%	76%	75%	83%
ECCUSA	67%	69%	69%	66%	65%
VIÑA SAN PEDRO	63%	68%	66%	67%	66%
CPCH	N/D	N/D	N/D	71%	78%
CCU ARGENTINA	67%	63%	73%	71%	71%
TRANSPORTES CCU	68%	69%	72%	68%	73%
PLASCO	68%	69%	63%	70%	64%
CONSOLIDADO	67%	69%	72%	70%	72%

Igualmente, cada año se desarrolla la evaluación de desempeño al total de los trabajadores de CCU.

• 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 objeto 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 que sea elegida sea la más idónea que reúna los requisitos en cuanto a conocimientos, habilidades,



características personales y experiencia específica según el cargo a desempeñar. Asimismo, afirma que “La Empresa no discriminará ni por sexo, religión o raza a los candidatos, salvo que los requisitos propios del respectivo cargo así lo demanden.”

Esta filosofía, también presente en el Código de Etica de 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 Transportes CCU por las características del trabajo que desarrolla esa filial. Por su parte, Calaf cuenta con 37,5% de mujeres en su dotación.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE TRABAJADORES DE CCU Y SUS FILIALES, POR GENERO, A DICIEMBRE 2006		
	% MUJERES	% HOMBRES
MATRIZ	24	76
CCU CHILE	11	89
ECCUSA	7	93
VIÑA SAN PEDRO	21	79
CPCH	12	88
CCU ARGENTINA	10	90
PLASCO	3	97
TRANSPORTES CCU	1	99
COMERCIAL CCU	4	96
TOTAL	11	89

CCU Junto a sus Clientes y Consumidores

1.- SUS CLIENTES, SUS SOCIOS

CCU considera a sus clientes como los principales socios de su actividad. Son el puente a través del cual sus marcas están siempre disponibles para millones de consumidores. La Compañía entiende esta relación como una asociación en la que todos se benefician.

En esta línea, trabaja de manera sistemática a través de un acercamiento basado en fuertes principios éticos, buscando la mejor atención y satisfacción para sus clientes y respetando las características de las comunidades en la que se insertan.

En Chile, la fuerza de venta propia de la Compañía vende directamente sus productos en todo el país a 93 mil clientes directos de bebidas refrescantes y confites, y más de 37 mil que trabajan con sus cervezas, vinos y piscos.

En Argentina 22 mil clientes son atendidos de manera directa por la fuerza de venta de CCU Argentina. Además sus productos se venden a través de 11 cadenas de supermercado y 185 distribuidores. Las marcas Budweiser, Schneider, Heineken, Corona y Guinness son distribuidas en todo el país y las marcas regionales Salta, Santa Fe, Córdoba y Rosario en sus respectivas ciudades y áreas de influencia.

La Compañía está constantemente respaldando a sus clientes, esforzándose por presentarles productos y material innovador y atractivo, junto a programas y otras iniciativas detalladas a continuación.

• APOYO PERMANENTE

- Programas "Cliente preferente Cristal" y "Club Bilz y Pap": Con el objeto de entregar beneficios a clientes que trabajan con las cervezas de la Compañía, Cervecera CCU Chile cuenta con el programa "Cliente Preferente Cristal". Embotelladora CCU comenzó con una iniciativa similar llamada "Club Bilz y Pap" que en 2006, luego de dos años de existencia, duplicó el número de clientes del programa.

Ambas actividades de fidelización cuentan con informativos mensuales, catálogos y otras atenciones preferentes como puntos canjeables por premios, entradas a eventos, entre otros.

- **Apoyo a los clientes:** Con el objetivo de apoyarlos en sus negocios y la calidad de servicio que sus clientes brindan a los



consumidores CCU y sus empresas relacionadas desarrollan permanentemente planes de trabajo que contemplan la instalación de equipos de frío, de letreros luminosos y material de apoyo a la venta.

- **Capacitando a clientes:** CCU cuenta con talleres de capacitación orientados a sus clientes de almacenes y botillerías, con el objeto de entregarles herramientas para que mejoren la gestión de sus locales y respondan a las exigencias de su clientela.

"Los 8 Poderes del Cliente Minorista", programa de la Cervecera CCU Chile.

En 2006 el programa de capacitación **"Vendiendo Más y Mejor"** desarrolló la iniciativa "Los 8 Poderes del Cliente Minorista".

A través de esta iniciativa, CCU destaca el rol fundamental del canal tradicional. La Compañía apoya a estos locales, reforzando sus ventajas y fortalezas y entregándoles herramientas de gestión, merchandising, promociones, animaciones de local, todo con un gran nivel de ejecución, buscando que ese importante canal de venta comunitario se proyecte al futuro.

• En 2006, se incrementó el esfuerzo por llevar esta iniciativa a nivel nacional. La mitad de las charlas del programa **"Los 8 Poderes del Cliente Minorista"** se realizaron en regiones.

• En 2006, la cantidad de clientes capacitados alcanzó los 1.500.

• PLAN PUNTO MAXIMO

Para identificar cada vez con mayor claridad las distintas necesidades que cada uno de sus clientes tiene en su negocio, CCU lanzó el **"Plan Punto Máximo"** en 2003, que a través de una mejor segmentación, y ejecución en el punto de venta, busca entregar la mejor oferta y servicio.

Durante 2006, Punto Máximo ha seguido madurando como una herramienta de gran potencial.



• DIALOGO CONSTANTE

La relación de la Compañía con sus clientes es muy fluida, ya que en la mayoría de los casos, este público es atendido directamente por un miembro de la propia fuerza de venta de CCU.

En Chile, cada vendedor visita sus puntos de venta en promedio dos veces por semana, desarrollando una estrecha relación con sus clientes y atendiendo sus necesidades en forma personalizada.

Asimismo la Compañía cuenta con otros canales de diálogo:

- **Revista "CCU Amigos":** Para dar a conocer todas las noticias y novedades de las marcas y de CCU en general, la Compañía publica de manera trimestral la revista CCU Amigos, en la que también se destacan entrevistas a clientes y temas de interés. Esta es repartida por la fuerza de venta a 94 mil clientes en todo Chile.

- **Estudio Servicio al Cliente:** La calidad de servicio al cliente que otorga CCU es medida anualmente mediante una encuesta, que evalúa el nivel de satisfacción con la empresa de manera general. Esta 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.

En 2006, para el "Programa Cliente Preferente Cristal" se realizó un estudio específico cualitativo y un cuantitativo con el objeto de conocer la percepción que tienen del Programa tanto clientes como vendedores y revisar sus componentes para corregir aquello que pudiera salir mal evaluado.

Los resultados obtenidos fueron excelentes, con notas cercanas al máximo en cada uno de los aspectos medidos, concluyendo que la iniciativa es altamente valorada por los involucrados.

2.- BUSCANDO LA MAXIMA SATISFACCION PARA SUS CONSUMIDORES

• CALIDAD, UN VALOR FUNDAMENTAL

Para CCU ofrecer productos de acuerdo a los más altos estándares de calidad, es una premisa fundamental.

En la Compañía, esto se logra a través de una actitud comprometida que tiene que ver con el esfuerzo y la metodología con que trabajan todos los que forman parte de la Organización. Esta directriz está presente desde el origen de nuestros procesos, en la elección de las materias primas, en la optimización del trabajo, la eficiencia de la logística y las condiciones laborales de las personas.

- En 2004 se reforzó este compromiso con la creación de un nuevo Proceso Directivo de Calidad y Medioambiente de la Compañía. Esto permite alinear e inspirar a toda la Organización bajo un concepto integral de calidad, que de manera transversal apoya el Plan Estratégico de las filiales. Para este efecto, en 2006 se consolidó la estandarización de la gestión de los procesos de calidad y medioambiente en CCU Chile, CCU Argentina, ECCUSA, VSP y PLASCO; y se implementó en CPCh, Calaf y Transporte CCU.



"CON LA CAPACITACION QUE RECIBI DE CCU, HE APRENDIDO A OFRECER Y EXHIBIR LA MERCADERIA DE LA MANERA MAS EFECTIVA PARA SU VENTA, HACER PROMOCIONES CON DISTINTOS PRODUCTOS PARA MIS CLIENTES Y OTROS ASPECTOS CLAVES PARA MI NEGOCIO."

MARIA DEL CARMEN CUBILLOS
Comercial Coventry



- El indicador de calidad de cada unidad estratégica es el resultado de factores como almacenamiento, proveedores, satisfacción, aceptación sensorial, reclamos, rechazos, certificaciones, entre otros.

- Más de 10 plantas de CCU cuentan con certificaciones de calidad:

En 2006, Viña Santa Helena obtuvo la certificación ISO 9001 uniéndose a las plantas de Cachantun, PLASCO, Viña San Pedro y Calaf La Reina que ya contaban con ella.

También en 2006, la planta de ECCUSA en Santiago, la de CCU Chile en Antofagasta y Viña Santa Helena en San Fernando consiguieron la norma internacional HACCP en base a la RVA, que certifica la inocuidad de los productos. Ya son once las instalaciones de la Compañía que están certificadas con HACCP:

PLANTAS DE CCU CON GMP(*) Y HACCP(*)	
VSP	Molina
	Santa Helena
	La Celia
ECCUSA	Santiago
	Cachantun
CCU CHILE	Santiago
	Antofagasta
	Temuco
CCU ARGENTINA	Salta
	Santa Fe
CALAF	La Reina

(*)GMP: Good Manufacturing Practices.
 (*)HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Point Management.

- Viña San Pedro es el único operador de la industria vitivinícola en el país que ha logrado la exitosa implementación y certificación de las

normas internacionales más importantes (HACCP, BRC, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS), además de la exigente norma de alimentos de la Unión Europea, el IFS. En 2006 sumó la certificación bajo el Acuerdo de Producción Limpia (APL) para todas sus bodegas y viñedos, en total, 16 unidades, un gran éxito para el grupo.

• **CALIDAD E INNOVACION: RESPONDIENDO A LAS EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMIDORES**

CCU responde a los diferentes estilos de vida con un amplio portafolio de productos que van desde bebestibles con alcohol (cerveza, vino y pisco) y los sin alcohol (gaseosas, néctares, aguas embotelladas, funcionales), además de confites y galletas.

La Compañía busca dar el máximo de satisfacción a todos quienes consumen o comercializan sus productos. Es por esto, que la Compañía se preocupa de innovar constantemente con nuevos productos y formatos, y contar con una amplia oferta para todo tipo de necesidades.

Es importante destacar el esfuerzo de Embotelladora CCU por contar con una versión libre de calorías en más del 70% de sus marcas de gaseosas.

• **EN 2006 CCU LANZO LOS SIGUIENTES PRODUCTOS:**

-**En la categoría Cerveza:** Cervecera CCU Chile presentó la primera extensión de línea de Cristal, Cristal Red Ale.

-**En Pisco:** Tres Erres y Mistral Nobel se introdujeron para el segmento premium, y Ruta Sour Mango, Campanario Pica, Campanario Mango y Campanario Mango Light para la categoría sour.

-**En Vino:** VSP lanzó un vino bajo la marca Colo-Colo y presentó su nuevo producto Mq de Manquehuito.

-**En Néctares:** CCU presentó tres sabores más de esta bebida natural: Tuttikiwi, Tuttipapaya y Tuttifrutilla Light.

-**En la categoría Aguas Embotelladas,** se extendió la línea de Mas de Cachantun, que ya contaba con la versión Citrus, con Cachantun Mas Naranja.

-**En gaseosas** se complementó la importante oferta de productos Light con Canada Dry Limón Soda Light.

En esta descripción no se incluyeron los nuevos envases y tampoco –en el caso del vino- las nuevas cosechas. Para más detalle, referirse a la Memoria Anual 2006.

• 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.

Como medida voluntaria, en los productos con alcohol, CCU decidió incluir mensajes de consumo responsable en etiquetas y material gráfico:

- Los productos con alcohol incluyen en sus etiquetas la frase **“Disfruta con responsabilidad. Producto para mayores de 18 años”**.

- Asimismo, las etiquetas de productos con alcohol de CCU incorporan 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.

- También de manera voluntaria, todas las gráficas publicitarias de bebidas con alcohol de CCU, se incorporaron las frases **“Disfruta con Responsabilidad. Producto para mayores de 18 años”**.

• COMUNICANDOSE LAS 24 HORAS: SERVICIO DE ATENCION AL CONSUMIDOR

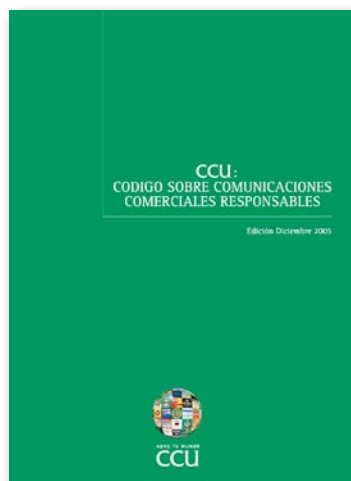
CCU tiene en todas las etiquetas de sus envases un número de teléfono gratuito del Servicio de Atención al Consumidor. Esta línea abierta funciona las 24 horas, los 7 días de la semana y permite que los llamados de cualquier parte del país sean atendidos ágilmente por un equipo de operadoras, quienes responden rápida y eficientemente derivando las consultas y reclamos a las unidades competentes.

Asimismo, la página Web también cuenta con un espacio a través del cual se pueden hacer llegar todo tipo de solicitudes, inquietudes y opiniones. Un grupo de profesionales responde con eficacia a los correos electrónicos recibidos.

• COMUNICACIONES COMERCIALES RESPONSABLES

La publicidad, ventas y eventos especiales de la Compañía se rigen por el documento “CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables”.

En coherencia con su “Política de Alcohol CCU”, la Compañía desarrolla sus comunicaciones comerciales con responsabilidad.



CCU cuenta con un código con el objeto de guiar la publicidad de sus marcas comerciales, de acuerdo a los más altos estándares de responsabilidad corporativa.

El texto apunta a complementar la legislación vigente en Chile con una autorregulación seria y estructurada. Se trata de un conjunto de normas y reglas

básicas que orientan todas las comunicaciones comerciales de la Compañía.

El documento “CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables”, se divide en el capítulo “Principios Generales” que se dirige a todos los productos de CCU, tanto para aquellos con alcohol como los sin alcohol, y un segundo capítulo “Principios Aplicables a Productos con Alcohol”, que contiene indicaciones sólo para las comunicaciones comerciales de los productos de la Compañía que contienen alcohol.

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. *Exito social y sentimental*
10. *Muestras gratis*

CCU, Gobierno Corporativo y Accionistas

1.-GOBIERNO CORPORATIVO

Desde su fundación, la Compañía ha estado 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 documento 20-F publicado en: http://inversionistas.ccu-sa.com/shtml/docum_20f.shtml

El Gobierno Corporativo de CCU se ejerce a través 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, uno de ellos independiente 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. El Comité 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 por tres 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 empleados, bajo el Procedimiento de Denuncia, explicado 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 filiales de negocio (UEN) y unidades de asesoría corporativas (UAC). El Comité de Dirección 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.-ETICA Y TRANSPARENCIA

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.

Los principios éticos 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 Etica.

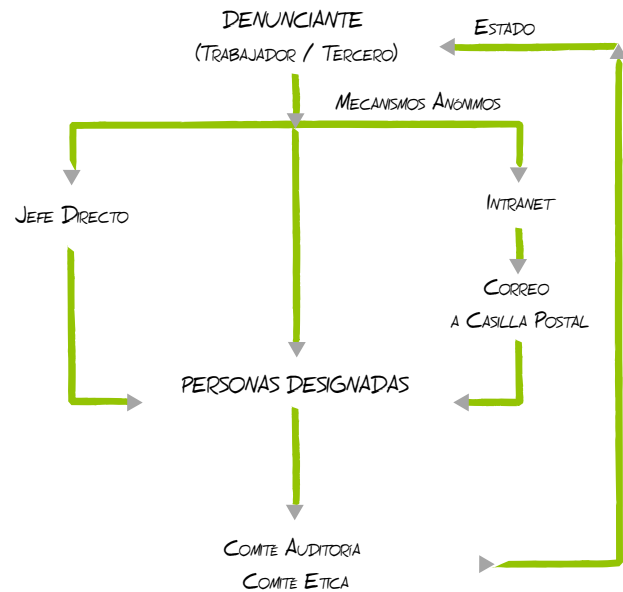
• **El Comité de Etica:** está presidido por el Gerente Corporativo de Recursos Humanos e integrado por el Gerente General, el Contralor General, el Gerente de Administración y Finanzas y el Gerente de Control Interno y Administración de Riesgos. Tiene por objeto velar por el ámbito valórico y el cumplimiento del Código de Etica de CCU.

• **El Comité de Divulgación:** está integrado por el Gerente General, el Contralor General, el Gerente de Administración y Finanzas, el Gerente Legal, el Gerente de Asuntos Corporativos y el Gerente de Relación con Inversionistas de CCU. 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.

Asimismo, en 2005, en el marco de las buenas prácticas comerciales y de la Ley Sarbanes-Oxley, CCU puso en marcha un Procedimiento de Denuncias. Este es un mecanismo que da acceso y permite a todos los trabajadores de CCU y sus empresas relacionadas, y a personas externas, informar o denunciar, actividades cuestionables, que violen procedimientos de contabilidad y controles internos, materias de auditoría y principios éticos de la Compañía recogidos en el Código de Etica. El canal de denuncia puede ser, de acuerdo a las preferencias, anónimo o no.

El Código de Etica 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.

FLUJO PROCEDIMIENTO DE DENUNCIAS



3.- CCU CERCA DE SUS ACCIONISTAS

CCU se distingue por realizar varias acciones orientadas a entregar información oportuna a sus accionistas y a la comunidad en general. Algunos ejemplos en este sentido son los siguientes:

- 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.
- En su Memoria Anual, CCU da a conocer sus planes estratégicos trianuales, tanto a nivel consolidado como de cada segmento de negocio y los avances de éstos.
- La información acerca de la Compañía es constantemente actualizada y detallada en <http://inversionistas.ccu-sa.com>

La Memoria Anual de CCU ha estado nueve veces entre los tres primeros lugares del “Concurso Anual de Memorias de Sociedades Anónimas de Chile” otorgado por Revista Gestión y PricewaterhouseCoopers.

CCU Trabajando por la Comunidad

RESPONSABILIDAD SOCIAL HACIA LA COMUNIDAD

Sustentado en el valor de la Responsabilidad Social, la Compañía cuenta con un Programa de “Responsabilidad Social hacia la Comunidad”, que se desarrolla en cuatro dimensiones:

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

1.- CCU EN LA CULTURA

Con el objeto de participar y apoyar a la comunidad a tener un mejor vivir, la Compañía desarrolla el programa “CCU en la Cultura” que cuenta con distintas iniciativas descritas a continuación.

• PROGRAMA ACERCAR EL ARTE A LA GENTE

CCU participa activamente en la difusión de artistas chilenos contemporáneos en distintas disciplinas (pintura, escultura, fotografía, entre otras), acercando el arte nacional a la comunidad.

ALCANCE ANUAL	48 Exposiciones	12 Obras de Teatro
---------------	-----------------	--------------------

• PROGRAMA EXPOSICIONES ITINERANTES

Con una colección pictórica de más de 300 obras de destacados artistas chilenos contemporáneos, CCU desarrolla una serie de actividades culturales y recreativas dirigidas a la comunidad, entre las que destacan las Exposiciones Itinerantes en regiones, municipalidades, colegios, universidades y centros hospitalarios.

LOCACIONES	ALCANCE HASTA 2006
HOSPITALES	9 (desde 2003)
COLEGIOS	12 (desde 2002)
REGIONALES	39 Municipalidades en Regiones (desde 1993)
MUNICIPALES	12 (desde 2002)

• PROGRAMA CCU EN LA CULTURA SOLIDARIA

-“*Beca Amigos del Teatro Municipal*”: Apoyo a jóvenes músicos a través del financiamiento de becas anuales.

-“*Artequín*”: Apoyo y financiamiento al Museo Artequín que da a conocer a la comunidad el arte nacional y mundial a través de reproducciones.

ALCANCE ANUAL	3 becas (2 nacionales y una internacional).	15 Exposiciones en Artequín.
---------------	---	------------------------------

• PROGRAMA ARTE OBJETO

Como una forma novedosa e innovadora de acercar el arte a la comunidad, CCU inició este proyecto invitando a artistas pertenecientes a la Colección Pictórica CCU a intervenir un objeto de mobiliario (silla, mesa, baúl, etc.) con su estilo propio, convirtiéndolo en una innovadora obra de arte. Actualmente la Compañía cuenta con 50 obras de este tipo.

• CCU ARGENTINA EN LA CULTURA

En la ciudad de Santa Fe, durante el año 2006, se llevó a cabo un programa especial de apoyo a la cultura, con tres iniciativas principales:

- *Museo Cervecería Santa Fe*: Resultado de un año de intensos trabajos de investigación y restauración de elementos históricos, este nuevo espacio rescata la historia de la planta y su estrecho vínculo con la ciudad de Santa Fe.

- *Colección Patrimonial Museo Rosa Galisteo de Rodríguez*: La Compañía restauró las salas del museo de arte más importante de la ciudad de Santa Fe, que exhibe una de las principales colecciones patrimoniales de Argentina.

- *Viernes Culturales en Cervecería Santa Fe*: A lo largo del año, el ciclo cultural sirvió para que más de 15 artistas de diferentes disciplinas presentaran sus obras: pintura, dibujo, escultura e incluso la música tuvieron su lugar.

2.- CCU EN EL APOYO SOLIDARIO

Ser un buen ciudadano corporativo es parte del espíritu que ha inspirado a la Compañía. Inserto en ese compromiso con la comunidad se encuentra el programa de Apoyo Solidario, que a través de becas educativas, actividades de voluntariado y aportes a fundaciones de beneficencia, busca contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas.

Entre las actividades que contempla este programa se encuentran:

• PROGRAMA APOYANDO LA EDUCACION

- *Programa Becas Educativas*: CCU cuenta con un programa de entrega



Voluntariado Corporativo "Con Compromiso Unidos"

de becas para personas de escasos recursos que necesitan financiar sus estudios.

- **Programa Donaciones:** CCU tiene un plan de donaciones anuales que contempla dinero y productos en especies para instituciones y eventos solidarios.

• **PROGRAMA VOLUNTARIADO CORPORATIVO "CON COMPROMISO UNIDOS"**

- **Compartir con un Amigo:** Programa donde trabajadores de CCU y filiales que tienen la oportunidad de aportar voluntariamente al mejoramiento de calidad de vida de niños que viven, por orfandad, abuso, agresión y abandono en diversos hogares de menores.

- **Campaña 1+1 :** Donación a instituciones de beneficencia donde los trabajadores de CCU realizan un aporte mensual en dinero a una institución de beneficencia seleccionada por cada uno y la Compañía aporta un porcentaje del total.

- **Mejoras en Hogares y Construcción de Medias Aguas:** Iniciativa compuesta por actividades de beneficencia en hogares de menores (en Santiago y regiones) y construcción de mediaguas, junto a "Un Techo para Chile".

- **Capacitación a un Microempresario:** CCU participa en este proyecto con la Corporación Simón de Cirene, cuyo objetivo es apoyar la gestión de microempresarios, mediante la asesoría de un alto ejecutivo y de un grupo de estudiantes universitarios de Tercer Año de Ingeniería Comercial de la Universidad Católica.

- **Tutorías a Jóvenes:** En 2006 CCU comenzó con un plan piloto en el cual sus trabajadores entregan apoyo social y educativo a jóvenes en riesgo social, con el fin de incidir positivamente en su futura integración socio - ocupacional.

MODALIDAD	BENEFICIADOS
COMPARTIR CON UN AMIGO	Niños de hogares de menores de Santiago
CAMPAÑA 1+1	6 instituciones
MEJORAS EN HOGARES	Hogares de menores en Santiago, en Molina, en Antofagasta y Temuco
CONSTRUCCION DE MEDIA AGUAS	Familias de comunas de escasos recursos en Santiago.
CAPACITACION A UN MICROEMPRESARIO	Microempresarios de Santiago.
TUTORIAS A JOVENES	Alumnos en riesgo social

• **EL COMPROMISO DE NUESTRAS MARCAS**

-**Apoyo a Teletón:** En 2006, a través de sus marcas, Cristal, Cachantun, Campanario, Bilz y Pap y Calaf, CCU donó la suma de \$316.902.805 a la institución benéfica, ubicándose entre las empresas que más colaboraron con la campaña. Desde 1978 que CCU ha estado presente en la Teletón.

- **Alianza Paz Ciudadana y Bilz y Pap:** A través de su filial Embotelladora CCU (ECCUSA), apoya a Paz Ciudadana en sus actividades de seguridad ciudadana, visitando colegios junto a los personajes ícono de Bilz y Pap (Bily y Maik), y participando en la publicación de la Revista "Don Graf", cuyo fin es educar a los niños en los valores solidarios, que invitan a compartir y promueven la seguridad ciudadana.

- **Asados Solidarios Cerveza Cristal:** A partir del verano de 2005, Cerveza Cristal premia a universitarios que opten por ir a trabajos solidarios, con un asado todo incluido en el lugar de Chile en el que se encuentren.

3.- CCU EN EL DEPORTE

CCU junto a sus marcas comerciales cuenta con una larga historia ligada al deporte chileno, apoyando instancias que fomentan su desarrollo, respaldando a grandes y promisorias figuras, y entregando al público competencias, torneos y juegos que estimulan el trabajo en equipo, el encuentro con los amigos y la entretención familiar.

Esta relación con el deporte tiene dos dimensiones, la primera es en términos corporativos. El programa "CCU en el Deporte" es la contribución social de la Compañía al deporte, que estimula una vida sana e incentiva la práctica de actividad física. La segunda, tiene relación con las marcas de CCU, que han optado por destinar parte importante de sus presupuestos de marketing al auspicio

de jugadores, clubes y actividades deportivas como una forma concreta de respaldar el deporte nacional permitiendo su progreso, difusión y continuidad en el tiempo.

• **PROGRAMA CORPORATIVO: "CCU EN EL DEPORTE"**

- **CCU Apoyando a Teletón:** Con Fundación Teletón, CCU tiene una estrecha relación desde sus inicios, y con la convicción de que la actividad física es un vehículo clave en la rehabilitación y la reinserción social de los discapacitados, ha incorporado este foco en el programa Apoyando a los Discapacitados, donde anualmente CCU entrega implementación deportiva a institutos de Teletón de regiones.

ALCANCE HASTA 2006	INSTITUTOS BENEFICIADOS
	Antofagasta, Temuco, Arica, Valparaíso, Concepción e Iquique.

- **CCU y Deportistas Auspiciados:** La Compañía busca apoyar a deportistas con proyección que quieran desarrollar sus disciplinas pero carezcan de los recursos para hacerlo. La idea es complementar la entrega deportiva con estilos de vida que sean ejemplo de esfuerzo y perseverancia. Es así como CCU auspicia

a los tenistas discapacitados Robinson Méndez y Francisco Cayulef, y al esquiador paralímpico Tomás del Villar.



En el tiempo que la Compañía promueve a estos deportistas sus trayectorias han evolucionado de manera muy positiva. Al momento de iniciar este programa, Robinson Méndez, estaba en el puesto número 156 del ranking mundial y a fines de 2006, era número 16 del mundo, primero de Chile y primero de Iberoamérica, Francisco Cayulef pasó del 154 al 67 del ranking mundial y es número 2 de Chile.

Tomás del Villar estuvo en el lugar 28 de su categoría en los juegos Paralímpicos de Turín 2006.

- **CCU Apoyando el Deporte Escolar:** El objetivo es promover la actividad física en los niños y fomentar un estilo de vida saludable a través de la entrega de implementación deportiva a colegios municipalizados.



ALCANCE HASTA 2006	BENEFICIADOS	
	174 Colegios	121.200 Niños

• **LAS MARCAS COMERCIALES: POR EL DEPORTE Y LA VIDA SANA**

-Cerveza Cristal es el mayor auspiciador del fútbol nacional. Apoya a 17 clubes de Primera A, B y Tercera división, incluyendo a los más grandes: Colo-Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica.

-También, está presente en otros deportes como el tenis, automovilismo, rodeo, hípica y triatlón, contribuyendo a fomentar entre los jóvenes chilenos su práctica y afición.

-El espíritu deportivo también está presente en otras marcas de CCU como Canada Dry Ginger Ale que realiza el Canada Dry Golf Tour, el torneo de golf amateur más importante del país y Cachantun con el auspicio del ATP de Viña del Mar. San Pedro Wine Group, a través de su marca Gato, organiza la Copa Gato que reúne a los principales clubes de fútbol.

-En Argentina, las marcas regionales tienen una muy fuerte participación en el deporte regional, a través del fútbol profesional, ligas locales de fútbol y rugby amateur y también atletismo y automovilismo.

-Gatorade y Agua Mineral Cachantun realizan una labor educativa difundiendo la importancia de la hidratación y las conductas saludables. Cachantun trabaja junto a los médicos del país, elaborando fichas que se distribuyen en la revista del Colegio Médico. Ambas marcas realizan visitas mensuales a doctores dejando muestras de productos y material escrito, entre otras actividades.

SEMINARIO GATORADE SOBRE MEDICINA DEPORTIVA "HIDRATACION Y NUTRICION"

En 2006 Gatorade organizó el seminario "Hidratación y Nutrición", en el marco de la primera versión de las Jornadas GSSI (Instituto de Ciencias del Deporte Gatorade).

El encuentro, convocó a más de 270 profesionales del deporte y estudiantes y contó con la participación de destacados especialistas internacionales.

4.- CCU EN EL CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL

CCU es una empresa que participa en la industria de bebestibles, siendo uno de sus negocios las bebidas con alcohol. En el marco de su compromiso de contribuir al bienestar de la comunidad e informar sobre el correcto consumo de sus productos, CCU cuenta con un programa educativo de Consumo Responsable de Alcohol con diversas iniciativas.

• PARA PADRES

Programa Educar en Familia:

Está dirigido a padres de niños preadolescentes y su objeto es entregar información técnica y consejos sobre Consumo Responsable de Alcohol buscando con ello fomentar el diálogo educativo entre padres e hijos en el tema. Educar en Familia se enfoca a familiares de escuelas municipales y particulares en Chile y Argentina. El Programa, es apoyado por un Comité de Especialistas formado por: Ramón Florenzano médico psiquiatra, Presidente del Comité Educar en Familia; Tamara Zubarew, médico pediatra; Selva Careaga, psicóloga y Nina Horwitz, socióloga.

ALCANCE HASTA 2006	EDUCAR EN FAMILIA I	EDUCAR EN FAMILIA II	EDUCAR EN FAMILIA EN ARGENTINA
	23 comunas 404 colegios 33.000 familias 810 monitores	40 colegios 8.000 familias	25 colegios 2.300 familias

- El taller **"Educar en Familia I"** está enfocado a escuelas municipales, busca evitar el consumo de alcohol en menores de edad.

- El curso **"Formación de Monitores Educar en Familia"** tiene por objeto replicar el taller **"Educar en Familia"** en los colegios intervenidos, en los años sucesivos. Los monitores transmiten los conocimientos sobre Consumo Responsable de Alcohol en su red.

- El taller **"Educar en Familia II"** es destinado a colegios particulares.

Este programa es monitoreado y evaluado a través de una encuesta que se realiza desde sus inicios con el objetivo de medir el cambio de actitud de los padres luego del taller. Los resultados indican consistentemente que hay un cambio de comportamiento hacia sus hijos en términos de conocimiento del tema y de diálogo con ellos, entre los padres que asistieron y los que no.

En el último estudio, la evaluación general del taller obtuvo un 95,8% de notas entre 6 y 7.

• PARA LA COMUNIDAD

Campaña Festividades

Campaña educativa que se realiza en conjunto con Carabineros y la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito (CONASET). Se entrega información práctica (estadísticas y recomendaciones a conductores, peatones y ciclistas), con el objeto de invitarlos a celebrar con responsabilidad.

Actividades:

- **"Campaña Fiestas Patrias"** se desarrolla en conjunto con Carabineros y la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito (CONASET), a través de distribución de material educativo anual a conductores, peatones y ciclistas durante los feriados de Fiestas Patrias.



"EL PROGRAMA "EDUCAR EN FAMILIA" ENTREGA INFORMACION ACTUALIZADA, A LOS PADRES Y MADRES DE NIÑOS Y NIÑAS QUE ESTAN ENTRANDO A LA PRE PUBERTAD, SOBRE LAS CARACTERISTICAS PROPIAS DE LA ADOLESCENCIA Y EL CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL, CONTRIBUYENDO A FORTALECER EL ROL IRREMPLAZABLE QUE TIENEN LOS PADRES EN LA FORMACION DE SUS HIJOS."

VEROMCA PEREZ

Psicóloga

Programa "Educar en Familia"

- **“Campaña Año Nuevo”** en conjunto con Carabineros, esta iniciativa se realiza a través de distribución de material educativo a conductores, peatones y ciclistas, en las semanas previas a las festividades de fin de año.

ALCANCE HASTA 2006	FOLLETOS CAMPAÑA	DIFUSION
	1.100.000 distribuidos en puntos neurálgicos como fondas, peajes, etc.	En medios de comunicación y vía pública

PROGRAMA SI VAS A BEBER, PASA LAS LLAVES

Campaña educativa que busca informar y crear hábitos de conducta responsables, reforzando la idea de que es incompatible beber alcohol y conducir vehículos.

Actividades:

- Campaña **“Si vas a beber pasa las llaves”** realizada desde 1994 por Cerveza Cristal, enfocada a la juventud y con un alcance país a través de difusión en medios de comunicación masivos y letreros en carreteras.

- **“Campaña Corporativa Vial Educativa”** enfocada a los conductores con mensajes en letreros camineros que educan en materia de tránsito y refuerzan la idea de que es incompatible beber alcohol y conducir.

ALCANCE HASTA 2006	45 letreros camineros en las principales rutas del país.
--------------------	--

CAMPAÑA VERANO RESPONSABLE

-CCU, en conjunto con municipalidades de las zonas costeras inició en el verano de 2006 la campaña **“Verano Responsable”**. Esta iniciativa que cuenta con un team de jóvenes promotores que recorren los estacionamientos de las playas entregando información y consejos que promueven las prácticas seguras e invitan a disfrutar el verano con responsabilidad, destacando la incompatibilidad entre beber y conducir.

• PARA UNIVERSITARIOS

CCU, a través de una alianza en 2005 con la agrupación **“Jóvenes Líderes”**, organización privada que promueve el liderazgo y acceso a mejores oportunidades personales y profesionales para los jóvenes de nuestro país, difunde los contenidos del programa de Consumo Responsable de Alcohol en foros universitarios.

• PARA CLIENTES

PROGRAMA SIENDO RESPONSABLE SE PASA MEJOR

Orientado a locales de venta, con el objeto de evitar el consumo de alcohol en menores de edad e invitarlos a ser parte de la educación en el Consumo Responsable de Alcohol de los consumidores en Chile y Argentina.

Actividades:

-Destinado a botillerías y almacenes, **“No Venta de Alcohol a Menores”**, tiene un alcance de 20.000 clientes a lo largo del país. Este programa también se realizó en Argentina alcanzando 95.000 comercios minoristas y supermercados entre las provincias de Salta y Santa Fe.

- Destinado a supermercados, **“Disfruta tu Edad”**, es una iniciativa implementada 2005, en conjunto con Hipermercados Jumbo, con un alcance de 15 salas a lo largo de todo el país. En 2006, esta campaña se replicó en 105 Supermercados Santa Isabel a lo largo de Chile.

- Destinado a estaciones de servicio, **“Siendo Responsable se Pasa Mejor”**, se implementó durante 2006, en los 33 servicentros de Pronto Copec que cuentan con patente de alcohol, una serie de mensajes que incorporan advertencias sobre la incompatibilidad de beber alcohol y conducir, y la venta responsable.



ALCANCE HASTA 2006	
CHILE	
COMERCIO MINORISTA	20.000 clientes minoristas: almacenes, botillerías
SUPERMERCADOS	15 hipermercados Jumbo 105 supermercados Santa Isabel
TIENDAS CONVENIENCIA	33 locales Pronto Copec
ARGENTINA	
COMERCIO	95.000 puntos de venta en Salta y Santa Fe



Museo Cervecería Santa Fe, CCU Argentina.

• PARA TRABAJADORES

CAPACITACION INTERNA

Además de las iniciativas externas, CCU busca promover el Consumo Responsable de Alcohol al interior de la Compañía a través de capacitación a sus colaboradores, utilizando modalidades como e-learning y un manual de autoinstrucción. El alcance de la iniciativa fue del 100% de los trabajadores.

En 2006, el Manual **“Educar en Familia”** fue enviado a todos los colaboradores de la Compañía y sus empresas relacionadas.

ALCANCE HASTA 2006	E-LEARNING	MANUAL AUTOINSTRUCCION	MANUAL “EDUCAR EN FAMILIA”
	100% trabajadores	100% trabajadores	100% trabajadores

DIFUSION

Todas las iniciativas que promueven el Consumo Responsable de Alcohol, son apoyadas permanentemente a través de mensajes en diarios, radios y otros medios de comunicación.

CONOCIENDO LAS INSTALACIONES DE CCU

Como política de puertas abiertas con la comunidad y una manera de acercar más nuestros públicos a los distintos procesos productivos de la Compañía, CCU invita a la comunidad mayor de 18 años, a visitas guiadas que se realizan en las plantas cerveceras y bodegas de vinos que posee la Compañía. Para todo público, Embotelladora CCU cuenta con un programa de visitas especialmente dirigido a colegios, poniendo a su disposición un

bus escolar como medio de transporte para que los niños puedan conocer el proceso de elaboración de gaseosas y jugos.

Con su enorme tradición histórica en la industria cervecera, la Compañía y sus empresas relacionadas cuentan centros culturales en distintas comunidades como el museo de Quilicura de la Casona Fundo El Carmen de CCU en Santiago, el de Punta Arenas de Cervecería Austral y el de Cervecería Kunstmann ubicado en Valdivia.

En Argentina, el recientemente inaugurado Museo Cervecería Santa Fe ya forma parte del programa de visitas a planta.

Además, realizando los atributos turísticos de la IV Región, Compañía Pisquera de Chile cuenta con dos locaciones en Pisco Elqui y Vicuña que son visitadas por más de 30 mil personas al año.

N° DE VISITAS PLANTAS DE CCU Y SUS FILIALES EN 2006	
CCU CHILE	3.500
ECCUSA	18.000
VIÑA SAN PEDRO	2.000
VIÑA SANTA HELENA	224
VIÑA ALTAIR	500
VIÑA TABALI	888
FINCA LA CELIA	375
CPCH	31.290
CCU ARGENTINA	10.000
CERVECERIA AUSTRAL	400
CERVECERA KUNSTMANN	320
TOTAL:	67.749

CCU y sus Proveedores: Una Alianza de Colaboración

CCU mantiene vínculos comerciales con una gran cantidad de proveedores de materias primas, insumos, productos, equipos y servicios estableciendo con ellos relaciones responsables, basadas en la mutua confianza, en el respeto a las normas y al medioambiente, y especialmente, en la búsqueda por ofrecer la mejor calidad de sus productos a clientes y consumidores.

En Chile la Compañía interactúa con aproximadamente 10 mil empresas proveedoras y con una cantidad cercana a mil en el extranjero, materializando compras por un monto aproximado a US\$ 400 millones anuales.

CCU tiene un importante impacto a nivel nacional en las industrias relacionadas con el rubro en el que se desenvuelve, alcanzando una alta participación en la actividad de empresas que proveen, entre otros:

- *Cebada malteada*
- *Azúcar*
- *Envases de vidrio, aluminio, PET y cartón*
- *Tapas plásticas y de hojalata*
- *Etiquetas*

Los proveedores extranjeros de mayor relevancia están ubicados en Europa, Norteamérica, Sudamérica y Asia.

La selección de proveedores y contratistas se rige según los principios dictados por el Código de Ética CCU y la Política de Proveedores. De acuerdo a ellos, la contratación se debe basar en criterios técnicos, profesionales, éticos y en las necesidades



de la Compañía, debiendo ser conducidas por medio de factores objetivos, tales como competencia, precio, servicio y calidad.

1.- POLÍTICA DE PROVEEDORES DE CCU

Con objeto de contar con proveedores que se ajusten a los principios por los que se rige la empresa, la relación con ellos se desarrolla de acuerdo a la “Política de Proveedores de CCU”, la que se manifiesta de la siguiente forma:

“La Compañía y sus filiales han definido la necesidad de establecer una relación integral con sus Proveedores, tendiendo a conformar alianzas estratégicas de largo plazo y beneficio mutuo, con el fin de satisfacer en plenitud los requerimientos de sus unidades productivas y consumidores en un ámbito de mejora continua de calidad y de respeto por el medioambiente”.

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.*

2.- PROCESO DE CERTIFICACION DE PROVEEDORES

CCU tiene implementado un sistema de evaluación, certificación y seguimiento de sus principales proveedores llamado “Proceso de Certificación de Proveedores” que permite encauzar a sus “socios estratégicos” en determinados estándares de trabajo, así como en el cumplimiento de normas ambientales, sanitarias, laborales y de calidad.

- Al ingresar al programa, las empresas son evaluadas con el objeto de hacer un diagnóstico que posibilite detectar debilidades y definir acciones que permitan superarlas a fin de alcanzar la certificación como proveedores de CCU. Posteriormente, se realiza un seguimiento para verificar la mantención de los estándares

establecidos que corresponden a exigencias internacionales que CCU requiere cumplir con rigurosidad.

- Dichos estándares tienen que ver con factores de calidad de productos y servicios, procesos industriales, seguridad e higiene ambiental, cumplimiento de normas laborales, existencia de programas de capacitación para sus empleados, evaluaciones de impacto ambiental y sistemas de gestión ambiental, entre otros.

Durante el año 2006 se continuó con este proceso incorporándose un número de 74 proveedores que fueron certificados por la Compañía.

3.- PORTALES DE INTERNET AL SERVICIO DE LOS PROVEEDORES

Como una forma de facilitar el proceso de adquisiciones, haciéndolo más eficiente CCU cuenta con un Portal de Proveedores, a través de Internet; el que consta de un sitio de Compras por Catálogo y uno de Administración de Contratos.

Con este portal los proveedores tienen acceso en línea a los requerimientos de CCU y posteriormente ingresar electrónicamente sus facturas al sistema contable de la Compañía, y otros documentos, y acceder por sí mismos a la información de pagos.

Este servicio ha generado importantes ahorros tanto para los proveedores como para la Compañía ya que ha conseguido 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.

- Durante 2006 los montos transados a través del módulo de Compras por Catálogo alcanzaron un total de \$840 millones



y corresponden a pedidos de elementos menores efectuados directamente por los usuarios de CCU a 17 proveedores.

- Para este mismo año la suma de las transacciones efectuadas a través del módulo de Administración de Contratos alcanzó \$27.600 millones.

- Un sistema de denuncias anónimo junto con el Código de Ética CCU están disponibles en el Portal de Proveedores, para aquellos que quieran informar o denunciar prácticas cuestionables o actividades que violen los procedimientos de contabilidad, controles contables internos, materias de auditoría y principios de la Compañía, conforme al procedimiento vigente.

4.- EXTENDIENDO NUESTROS COMPROMISOS

La Compañía se ha planteado como prioridad para los próximos años, la tarea de traspasar a sus proveedores la necesidad de cumplir con principios establecidos en su "Código de Ética CCU", principalmente los que dicen relación con conceptos de derechos humanos tales como no discriminación, libertad de asociación y convenios colectivos, abolición de la explotación infantil, prevención del trabajo forzoso y prácticas de seguridad.



"NUESTRA RELACION DE TRABAJO CON CCU ROMPE EL PARADIGMA HISTORICO CLIENTE - PROVEEDOR, HABIENDO PASADO A DESARROLLAR UNA RELACION DE PARTNERSHIP SUSTENTADA EN EL CONOCIMIENTO MUTUO Y EN LA BUSQUEDA PERMANENTE DE VALOR RELEVANTE PARA AMBAS EMPRESAS."

JAVIER MOZO BALLACEY.
Gerente Unidad de Negocios
Estuches y Etiquetas
Marinetti Packaging



Dimensión Ambiental

Planta Viña San Pedro, Molina.

CCU reconoce la importancia del medioambiente como uno de los pilares fundamentales para la Sustentabilidad, comprendida como el esfuerzo por no comprometer las necesidades de las generaciones futuras.

Es por esto, que la Compañía desarrolla sus actividades con interés por el cuidado del medioambiente, el respeto a las normas, y la protección del entorno que rodea a las operaciones productivas, a la vez que incentiva una mayor preocupación con respecto al tema por parte de sus trabajadores y proveedores.

Cuidando el Medioambiente

CCU cuenta con una política medioambiental, herramientas de gestión y también realiza diversas acciones orientadas al desarrollo sustentable de la Compañía en su dimensión medioambiental.

1.- POLITICA MEDIOAMBIENTAL CCU

“Para CCU el desarrollo sustentable de su negocio involucra el progreso económico, social y medioambiental, por tanto en sus actividades y procesos productivos buscará operar en armonía con el medioambiente, la eficiencia energética y optimización de los recursos, fomentando la incorporación de nuevas tecnologías que minimicen el impacto ambiental y promoverá una mayor conciencia ecológica en la comunidad”.

• OBJETIVOS POLITICA MEDIOAMBIENTAL CCU

- **Rentabilidad:** busca optimizar recursos, revalorizar residuos y disminuir costos de producción y tratamiento, a través de tecnologías de producción limpia y una constante revisión de los procesos.

- **Legalidad:** procura que los negocios y procesos de la Compañía se desarrollen dentro de las disposiciones legales vigentes, y sean conducidos en concordancia con estándares nacionales e internacionales.

- **Social:** promueve el desarrollo de una conciencia ecológica en la comunidad y la búsqueda de relaciones comerciales que concuerden con su política medioambiental.

• ACCIONES QUE PROMUEVEN LA POLITICA MEDIOAMBIENTAL CCU

-Conducir los negocios en concordancia con todas las leyes, regulaciones y permisos locales que protegen el medioambiente.

-Prevenir los impactos ambientales negativos, a través de prácticas de mejoramiento continuo.

-Optimizar el uso energético y consumo de agua, así como potenciar la reutilización y reciclaje de residuos, mediante tecnologías apropiadas y económicamente viables.

-Promover una mayor conciencia medioambiental al interior de la Compañía y fomentar las mejores prácticas medioambientales entre nuestros proveedores y clientes.

-Contar con un adecuado material informativo sobre la gestión medioambiental de la Compañía.

-Contribuir a conservar el patrimonio natural y a fomentar una cultura de respeto medioambiental.

Con el objetivo de impulsar la política, se creó un Comité Medioambiental, que coordina las acciones al interior de cada unidad de negocio y está conformado por los Coordinadores Medioambientales.

• PROGRAMA DE GESTION AMBIENTAL

CCU ha desarrollado un Programa de Gestión Ambiental que fija las directrices a sus plantas productoras de cervezas, piscos, vinos, bebidas y confites. Esta iniciativa contempla el tratamiento y reciclaje de desechos industriales, la optimización del recurso agua, plantación de áreas verdes y la promoción de hábitos de cuidado del entorno.

El programa busca aplicar un enfoque integrado, a largo plazo, que involucre a la Compañía y sus filiales en el cuidado del medioambiente, fomentando la responsabilidad individual y colectiva, junto con incorporar nuevos procedimientos y tecnologías limpias.

• EVALUACION DE LOS IMPACTOS DE LAS OPERACIONES EN LAS COMUNIDADES

De acuerdo a la legislación ambiental vigente, todo proyecto implementado debe someterse al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) ante la Comisión Nacional de Medio Ambiente (CONAMA), mediante una Declaración o Estudio de Impacto Ambiental, dependiendo del efecto que genere la nueva actividad en el medio ambiente.

En este sentido, la Compañía ha desarrollado sus procesos y proyectos siguiendo los procedimientos descritos, cumpliendo las normas vigentes.

2.- PROCESO DIRECTIVO CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE: GUIANDO LOS OBJETIVOS DE LA COMPAÑÍA

CCU entiende que el compromiso por la calidad y el medioambiente no es solamente un factor primordial para el crecimiento sustentable y el aumento de la rentabilidad, sino también una responsabilidad del Gobierno Corporativo.

En la Organización, todos los procesos que ordenan 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 uno de los Procesos Directivos.

A fines de 2004 se creó un nuevo Proceso Directivo sobre Calidad y Medioambiente, pasando a formar parte troncal del modelo de negocios de la Compañía. El Coordinador Principal es el Contralor General de CCU y el Coordinador Secundario, el Gerente Corporativo de Calidad y Medioambiente.

El Proceso es altamente descentralizado, de apoyo al Plan Estratégico individual de las filiales, con enfoque sistémico para la Gestión Industrial. De esta manera, estandariza los procesos productivos y de calidad poniendo metas y objetivos a las filiales. Asimismo, establece procedimientos de seguimiento y de acción correctiva para la organización y para la cadena de suministro. El indicador de Medioambiente de cada unidad se conforma a partir de los indicadores de normativa y gestión que a su vez se componen de factores como de consumo, emisiones y reciclaje. El de calidad fue descrito en el capítulo "CCU Junto a sus Clientes y Consumidores" en la página 22.

En 2006 el Proceso se consolidó en CCU Chile, CCU Argentina, ECCUSA, VSP y PLASCO. En julio de ese mismo año, se implementó en CPCh y Calaf, y en septiembre en Transportes CCU.

Para la mayoría de los indicadores presentados en este capítulo, se utilizó como fuente los datos obtenidos por el Proceso Directivo de Calidad y Medioambiente que además relaciona esta información con los litros de bebestible producidos por cada filial, permitiendo una comparación más real año a año. Gracias a la implementación del Proceso en CPCh, este año los resultados incorporan a todas las unidades de negocio que consolidan en CCU, a diferencia de 2005.

Para mayor información remitirse a la Memoria Anual 2006 de CCU.

3.- CUIDANDO LOS RECURSOS

De acuerdo a la Política Medioambiental CCU, la Compañía se esfuerza por cuidar los recursos y utilizarlos de manera responsable y eficiente.

Los indicadores incluidos en esta sección, representan los datos de Cervecera CCU Chile, de CCU Argentina, Viña San Pedro, Embotelladora CCU y CPCh.

• MATERIALES

-Los materiales que utilizan las Unidades Estratégicas de Negocio varían de acuerdo a su proceso productivo y a los formatos con los que trabaja.

A continuación se enumera las principales materias primas y

materiales de fabricación que se emplean en los procesos de la Compañía.

PRINCIPALES MATERIAS PRIMAS		
	TOTAL	UNIDADES
Malta	81.651.942	[kg]
Arroz	24.709.129	[kg]
Malta tostada	84.171	[kg]
Jarabe	6.474.433	[kg]
Azúcar Granulada	42.623.398	[kg]
CO2 Kgs.	5.444.502	[kg]
Pulpa de Fruta	5.110.624	[kg]
Uva	128.517.578	[kg]
Alcohol 100°	2.040.572	[lt]
Vino	40.400.000	[lt]

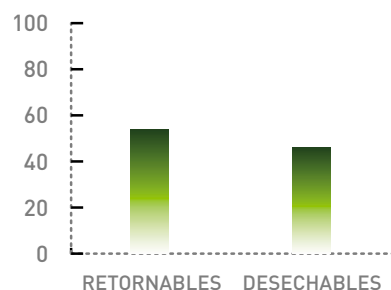
PRINCIPALES MATERIALES DE FABRICACION		
	TOTAL	UNIDAD
Botellas [Vidrio]	240.274.536	[kg]
Latas [Aluminio]	4.819.813	[kg]
Tapa corona [metálicas]	3.748.262	[kg]

-Asimismo, CCU utiliza una gran variedad de envases retornables que se reutilizan hasta una docena de veces.

A pesar de que VSP y CPCh comercializan sus productos en envases desechables, el porcentaje de volumen consolidado de productos CCU que se venden en botellas retornables llega al 53.8%. Esto se debe a que este tipo de envase es muy utilizado para las cervezas y las bebidas gaseosas.

Sin perjuicio de lo anterior, los materiales de los formatos utilizados por las empresas que consolidan en CCU son reciclables.

% VOLUMEN PRODUCIDO SEGUN ENVASE



• CONSUMO DE ENERGIA

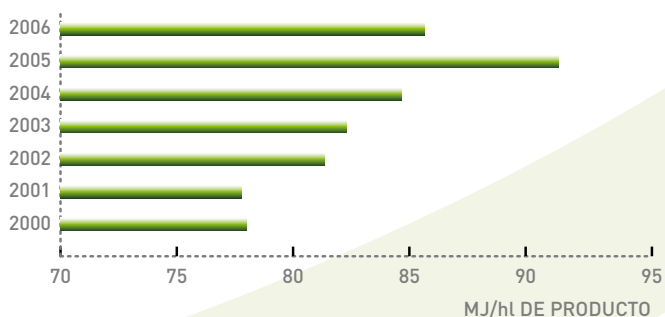
-CCU busca constantemente incentivar un menor consumo de energía dentro de sus unidades, en este sentido las plantas cuentan con calderas duales para utilizar gas natural como combustible base. Cabe destacar que el abastecimiento de gas proveniente de Argentina sufrió importantes recortes en 2005 y 2006, la Compañía tuvo que recurrir a otros combustibles alternativos.

CONSUMO DE ENERGIA POR FUENTES PRIMARIAS			
GENERACION DE VAPOR (CALDERAS)	Gas Natural	20.200.097	[Nm3]
	Biogas	765.118	[Nm3]
	LPG	9.020	[kg]
	Diesel	5.107.603	[kg]
	Petróleo 6	3.373.821	[kg]
	Carboncillo	403.690	[kg]
	Leña	8.490.797	[kg]
CASINOS - BAÑOS	LPG	107.409	[kg]
GRUAS PARA MOVIMIENTO INTERNO DE PRODUCTO	LPG	1.048.560	[kg]
	Gas Natural	765.118	[kg]
GENERACION DE ENERGIA ELECTRICA (RESPALDO)	Diesel	251.356	[kg]
	Petróleo 6	74.666	[kg]
CONSUMO ENERGIA ELECTRICA	adquirida	103.985.641	[kWh]
	autogenerada	1.409.254	[kWh]
TOTAL		105.394.894	[kWh]
	Generación	1,34	[%]

La energía autogenerada es utilizada solamente en caso de emergencia y para que los equipos industriales puedan continuar con sus procesos, sin sufrir daños.

- Sin perjuicio de la menor utilización de gas natural, debido a importantes esfuerzos realizados en 2006, el consumo de energía térmica en relación con el volumen producido bajó significativamente en relación a 2005.

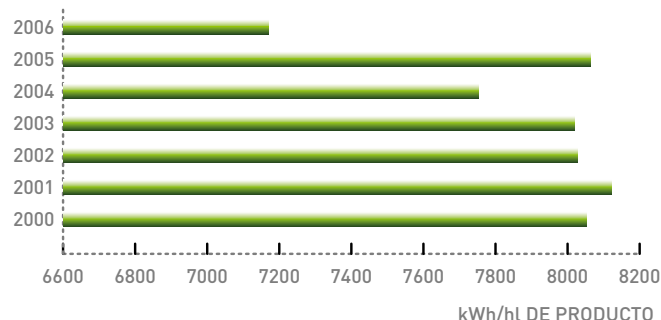
ENERGIA TERMICA PONDERADA CCU S.A.



-En cuanto a la Energía Eléctrica, su consumo ha mostrado una paulatina disminución en el tiempo. Durante 2005, el mayor consumo de energía se debe principalmente a obras de ampliación de capacidad y puesta en marcha de nuevas instalaciones, lo que no se reflejó aún en la producción de ese año. Sin embargo, en

2006 ya se visualiza una importante reducción en el consumo de energía eléctrica.

CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA PONDERADA CCU S.A.



En las distintas filiales se implementaron programas de reducción de la energía consumida. En 2006, CCU Chile produjo un ahorro en la energía térmica (MJ/hl) de 2,8%, producto de una mejoría en la planificación y control. También redujo su consumo de energía eléctrica (KW/hl) en 4,75%, debido al efecto positivo de los planes de ahorro implementados en sus tres plantas.

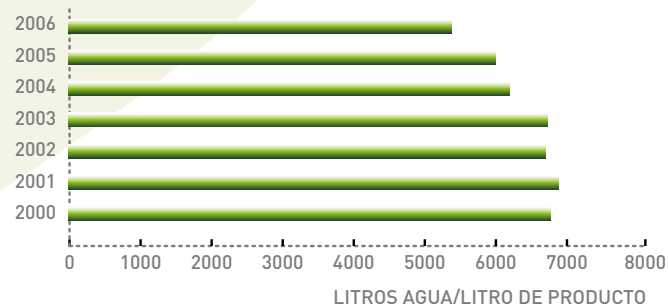
Embotelladora CCU realizó un convenio con la empresa Chilectra sobre prácticas de ahorro de energía eléctrica en invierno. En este sentido, las plantas de ECCUSA no envasan en horario punta, durante ese período. Asimismo, se condujo un programa de ahorro de energía en pasillos y oficinas.

• CONSUMO DE AGUA

-CCU está consciente de la importancia del recurso agua, por lo que busca constantemente su uso eficiente, reduciendo el consumo de agua que se utiliza como materia prima y en los procesos productivos de la Compañía.

CCU ha logrado una disminución constante en la relación litro agua utilizada por litro de producto. En cinco años, la Compañía redujo el consumo de agua en 21%.

CONSUMO DE AGUA PONDERADO CCU S.A.



Los 5,44 litros de agua por litro de producto de CCU, están por debajo de la media de la industria del rubro y se encuentra en niveles internacionales de buenas prácticas.

-Las instalaciones de la Compañía son abastecidas con agua potable de la red pública o de pozos profundos, con un posterior tratamiento de potabilización u otro necesario para ajustar el recurso a las condiciones de cada proceso.

El agua es usada como materia prima en la elaboración de cervezas, gaseosas, piscos y aguas minerales; y como parte de los procesos en la limpieza y sanitización de redes e instalaciones.

-Dentro del Programa de Gestión Ambiental, CCU se ha propuesto una óptima valorización de los residuos líquidos. En esta línea, se desarrollan una serie de proyectos, como la captura de polución, reutilización, reciclaje de aguas y separación de corrientes (aguas limpias, aguas lluvias, aguas servidas y residuos industriales) para minimizar los flujos 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 la carga contaminante, promoviendo tecnologías limpias de producción.

• BIODIVERSIDAD

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

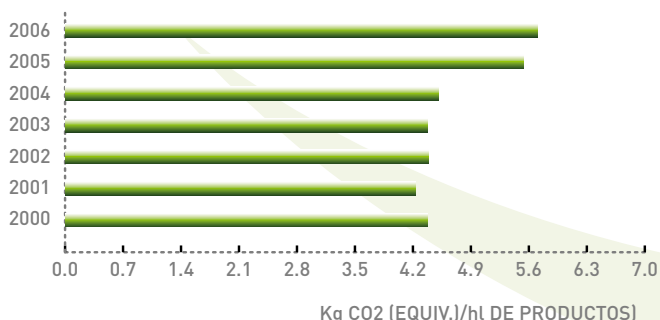
• EMISIONES GASEOSAS

La Compañía aplica un control estricto respecto de combustión en las fuentes fijas, con el fin de evitar impactos indirectos derivados de nuestros procesos productivos.

-CCU utiliza como principal combustible el gas natural, lo cual permitió hasta 2003 una gestión ambiental eficiente en mantener y disminuir las emisiones de CO₂.

Como ya se mencionó, es importante indicar que durante 2005 y especialmente en 2006, el abastecimiento de gas proveniente de Argentina sufrió recortes, por lo que la Compañía tuvo que recurrir a combustibles alternativos que generan una mayor emisión gaseosa.

EMISION GASEOSA PONDERADA DE CCU S.A.



Por su parte, CCU ha trabajado en mantener sus índices estables a pesar de los factores externos.

-CCU adhiere a las mejores prácticas internacionales que tienden a disminuir las sustancias que agotan la capa de ozono. Los principales medios refrigerantes utilizados en los procesos industriales, así como en oficinas y ambientes especiales, son Hidroclorofluorocarbonos o HCFC's (R22) debidamente autorizados por la normativa internacional y nacional vigente. A principios de 2006, por política de la Compañía se dejó de utilizar Clorofluorocarbonos o CFC's, Halones y Bromuros en todas las Unidades de Negocios. Para los sistemas de refrigeración industrial, la Compañía ha optado por el uso de amoníaco (R717).

• RESIDUOS LIQUIDOS

Las plantas de CCU cuentan con distintos métodos de tratamiento para sus Residuos Industriales Líquidos (RILES)

RILES SEGUN TRATAMIENTO		
Tratamiento ANA	1.673.344	[m3]
Tratamiento AER	70.000	[m3]
Tratamiento mixto ANA/AER	455.635	[m3]
Evaporación forzada	40.929	[m3]
Físico Químico	143.240	[m3]
Tratamiento AER tercerizado	3.627.025	[m3]
TOTAL	6.010.174	[m3]

Cabe destacar que Viña San Pedro, utiliza gran parte de sus aguas tratadas para el riego de parras y una plantación de 25 ha de la especie protegida Quillay. Asimismo, las plantas cerveceras de Antofagasta y Temuco utilizan aguas tratadas, en el riego de jardines e invernaderos.

RILES TRATADOS SEGUN DISPOSICION		
Redes de Alcantarillado de E. Sanitarias	3.696.198	[m3]
Cursos superficiales de Agua	2.196.391	[m3]
Uso Interno calidad de riego	76.656	[m3]
Evaporación forzada	40.930	[m3]
TOTAL	6.010.174	[m3]

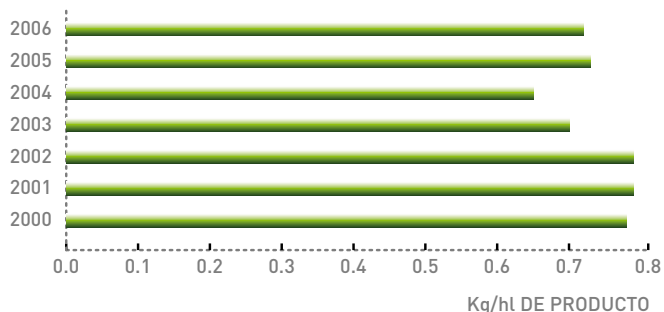
• RESIDUOS SOLIDOS

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

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

El gráfico a continuación muestra la preocupación de la Compañía por disminuir los residuos sólidos no reciclables en relación con los litros producidos.

RESIDUOS INDUSTRIALES SOLIDOS PONDERADOS DE CCU S.A.



-El destino de los Residuos Peligrosos (RESPEL) de la Compañía se realiza de acuerdo a la normativa chilena vigente al respecto. Durante el año 2006, en la planta cervecera de Santiago, se construyó una bodega especial, para el acopio de aceites lubricantes, solventes de pinturas y otros calificados como peligrosos.

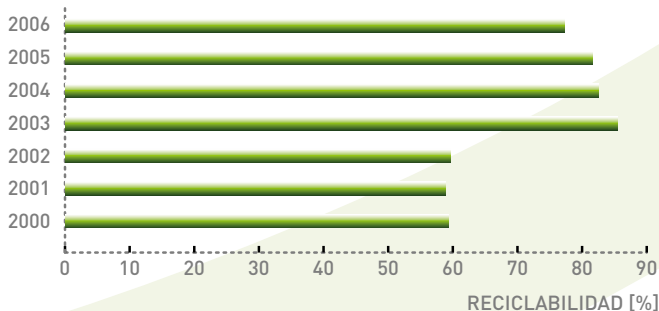
RESPEL SEGUN TIPO		
Aceites lubricantes y materiales contaminados	47.781	[kg]
Residuos eléctricos	3.477	[kg]
Químicos	7.909	[kg]
Bidones y otros envases peligrosos	13.552	[kg]
Clínicos	680	[kg]

• RECICLAJE

Un aspecto fundamental de la Política Medioambiental de CCU es el reciclaje de los residuos industriales originados por los procesos de producción, y como resultado de la gestión consistente en referencia a este punto, CCU logra un índice de reciclaje importante.

En 2006 la Compañía alcanzó un factor de reciclaje de 77,06%.

RECICLABILIDAD DE RESIDUOS PONDERADOS DE CCU S.A.



Los productos reciclados son comercializados con empresas que les dan diversos destinos como formulación de alimento para ganado o formulación de compost para abono y enriquecimiento de suelos, o simplemente como materia prima para sus productos.

• PRODUCTOS

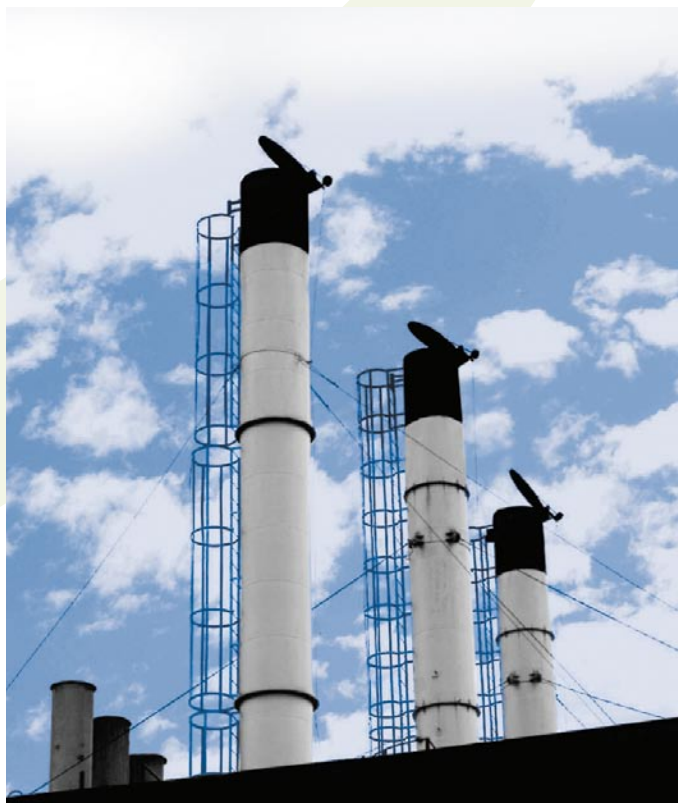
- Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y/o procesos:

Las Unidades de Negocio de CCU han emprendido iniciativas que buscan la reducción de los impactos ambientales de sus procesos. En lo referente a la elaboración de sus productos, actualmente se desarrollan proyectos que reducen la merma de botellas plásticas (PET), el gramaje de los materiales de fabricación como botellas y etiquetas y la utilización de materiales de embalaje.

Por otra parte, se recupera todo el material desechado por el proceso de producción de botellas plásticas para ser reutilizado o comercializado a empresas especializadas en su reciclaje.

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

Además del acuerdo corporativo de CCU con GENFA -explicado más adelante- para el reciclaje de las botellas PET, las filiales tienen sus propias iniciativas. CCU Chile cuenta con contratos con empresas tanto en Santiago como en Temuco para el reciclaje de los residuos de papeles. Las botellas plásticas PET son devueltas a ECCUSA. Tanto VSP como Cervecera CCU Chile tienen convenios con Cristalerías Chile para la recuperación de botellas de vidrio. Por su parte CPCh se asoció a tres empresas especializadas para el reciclaje del cartón, vidrio y plástico.





Donación de árboles nativos.

Universidad Autónoma del Sur, Inacap Temuco, Conadi, y colegios de Temuco, entre otras entidades.

En 2006 se entregaron 20.000 árboles, lo que hasta la fecha hace un total de más de 86.127 árboles, donados.

- **"Su Botella Ayuda a Muchas Familias"**: Buscando apoyar a familias necesitadas y contribuir a promover una mayor conciencia ecológica en la comunidad, CCU y otras empresas del rubro de bebestibles, se unieron al Centro Nacional de la Familia (CENFA) y Recipet, para lanzar una campaña de reciclaje de botellas plásticas no retornables.

Con el auspicio de la CONAMA, la recolección de envases PET se realiza mediante contenedores instalados en lugares públicos, como accesos a supermercados, algunas plazas y condominios. Junto con promover una mayor conciencia hacia el cuidado del medioambiente, esta campaña también tiene por objeto ayudar a CENFA a captar recursos económicos para subvencionar atenciones terapéuticas, preventivas y educativas en sus centros de apoyo familiar. Para mayor información www.cenfa.cl

4.- SIEMPRE ACTIVOS

• CREANDO CONCIENCIA ECOLOGICA

- **"Vivero Cristal"**: En su interés medioambiental, la Compañía, mantiene un vivero de especies nativas ubicado en la planta cervecera de Temuco, que alberga alrededor de 100 mil ejemplares autóctonos, tales como Araucarias, Canelos, Laureles, Notros, Avellanos, Ulmos, Raulíes, Coigües, Robles y Tineos.

Desde hace seis años se lleva a cabo un programa anual de donaciones, siendo beneficiados con este apoyo jardines infantiles de la Fundación Integra, familias del programa Chile Barrio, parques nacionales de Conaf, centros hospitalarios, municipalidades, la



Campaña de Reciclaje "Su Botella Ayuda a Muchas Familias"



Responsabilidad Social Empresarial en la Historia de CCU



Responsabilidad Social Empresarial en la Historia de CCU



Inicia sus primeros pasos en la Responsabilidad Social, capacitando a su personal.

1850



Mejora la infraestructura habitacional de su gente en Valdivia.

1940



Establece un servicio médico para su personal.

1944



Crea el Servicio de Bienestar Social en todas sus plantas productivas.

1947



Ayuda al financiamiento del Comité Olímpico de Chile.

1964



Crea "Cerveza Cristal en el Arte", fomentando actividades culturales.

Edita la primera revista "EnCCUentro", dirigida a sus trabajadores.

Incorpora en sus envases el Servicio de Atención al Consumidor.

1992

1938

Entrega 48 casas de un total de 96, a sus trabajadores de Limache.



1942

Colabora en la compra de bicicletas para trabajadores que viven a distancia.



1946

Forma la Caja de Retiro y Jubilaciones para los trabajadores.



1962

Continúa su programa de proyectos habitacionales. Construye casas en Renca.



1978

Participa en la primera Teletón, tradición que mantiene hasta nuestros días.





Organiza su programa social "Becas Educativas" para personas de escasos recursos.

Formaliza el "Plan Anual de Donaciones" para instituciones y eventos solidarios.

Comienzan las "Exposiciones Itinerantes" con la "Colección Pictórica CCU".

1993



Edita la primera revista "CCU Amigos", difundiendo noticias de la Compañía a sus clientes.

1995



1994

Nace la campaña de Consumo Responsable de Alcohol de la marca líder Cerveza Cristal "Si Vas a Beber, Pasa las Llaves".



1999

Inicia junto a su gente la "Campaña 1+1", ayudando instituciones benéficas.

Comienza la campaña "Fiestas Patrias", en conjunto con Carabineros, informando sobre Consumo Responsable de Alcohol y conducción vehicular.



Conmemora 150 años de tradición con la donación a Santiago del "Monumento a la Amistad", del escultor Osvaldo Peña.

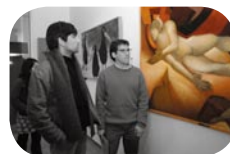
Nace el Programa de voluntariado "Compartir con un Amigo", con la gente de CCU.

Inicia el pionero programa "Educar en Familia", en escuelas municipales, a fin de evitar el consumo de alcohol en menores de edad.

Comienza el Curso de Monitores "Educar en Familia" para replicar el programa sobre Consumo Responsable de Alcohol.

Inicia su programa de donación de especies nativas del "Vivero Cristal", entregando más de 15 mil árboles al año.

2000



2002

Inicia las Exposiciones Itinerantes "Universitarias".



Se une al Pacto Global de las Naciones Unidas promoviendo los Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y en Contra de la Corrupción.

Inicia las Exposiciones Itinerantes "Municipales".

Apoya al Museo Artequín incentivando la percepción, desarrollo y apreciación del arte en niños.

Amplía y renueva el programa "Educar en Familia", orientado a colegios privados.

Nace el voluntariado "Con Compromiso Unidos", en beneficio de niños, adultos mayores y familias de escasos recursos.

Inicia su programa hacia deportistas discapacitados, apoyando al tenista Robinson Méndez.

2003

2004

Formaliza el "Código de Ética de CCU" destinado a cada integrante de la Organización.

Capacita internamente a distancia trabajadores CCU, en el programa "Educar en Familia".

Comienzan las Exposiciones Itinerantes "Escolares".

Inicia la campaña "No Venta de Alcohol a Menores", en botillerías y almacenes.

Incorpora frase de Consumo Responsable en etiquetas de productos con alcohol.

Nace el programa "CCU en el Deporte", fomentando el desarrollo de actividades físicas.



Formaliza su "Política de Alcohol CCU".

Publica "CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables".

A través de Bilz y Pap implementa el programa social "Team de la Alegría Bilz y Pap", promoviendo la recreación de niños hospitalizados.

Lanza una "Campaña Vial Educativa", reforzando la idea incompatible beber alcohol y conducir.

El Programa "Educar en Familia" se extiende al 100% a los trabajadores CCU.

Comienzan las Exposiciones Itinerantes "Hospitales".

Se inicia, como parte de la campaña "No Venta de Alcohol a Menores", el proyecto "Disfruta tu Edad" educando sobre los riesgos del consumo de alcohol en menores en conjunto con supermercados Jumbo.

Lanza la campaña "Año Nuevo", junto a Carabineros, con el objeto de celebrar con responsabilidad.

2005

2006

Se incorpora la campaña "Verano Responsable" en las playas junto a teams que promueven el Consumo Responsable de Alcohol.

Alianza con Pronto Copec entregando mensajes de la incompatibilidad de beber y conducir y de educación respecto a la venta de alcohol.

Se implementa en 105 supermercados Santa Isabel la campaña "Disfruta tu Edad" educando sobre los riesgos del consumo de alcohol en menores.

Asociación con la agrupación Jóvenes Líderes con mensajes orientados a los jóvenes para prevenir excesos.

Se inician las "Tutorías a Jóvenes" en el marco del voluntariado corporativo "Con Compromiso Unidos".



Reconocimientos a CCU

CCU es una de las pocas empresas en Chile que reúne 150 años de tradición. A lo largo de su historia, la Compañía ha sido permanentemente destacada en los rankings de excelencia empresarial y ha recibido reconocimientos por su labor en responsabilidad social hacia la comunidad. A continuación se citan los principales premios de los últimos años.

- 2000** • Premio Ernesto Pinto Lagarrigue de la Corporación de Amigos del Arte por el programa “Cerveza Cristal en el Arte”.
- 2001** • Premio al Desarrollo Social de SOFOFA por las iniciativas de consumo responsable de alcohol “Educar en Familia” y “Campaña Fiestas Patrias”, y de difusión artística “CCU en la Cultura”.
- 2002** • Primer lugar en encuesta Empresas más Admiradas del Diario Financiero y PricewaterhouseCoopers.
- 2003** • Décimo Lugar en encuesta Empresas más Admiradas de La Segunda y Adimark.
• Sexto lugar en encuesta Empresas más Admiradas del Diario Financiero y PricewaterhouseCoopers.
• Décimosegundo lugar en Ranking de Reputación Corporativa de La Tercera y Hill & Knowlton Captiva.
- 2004** • Décimo lugar en encuesta Empresas más Admiradas de La Segunda y Adimark.
• Séptimo lugar en encuesta Empresas más Admiradas del Diario Financiero y PricewaterhouseCoopers.
- 2005** • Séptimo lugar en la encuesta Empresas más Respetadas de La Segunda y Adimark.
• Octavo lugar en el Ranking de Reputación Corporativa de La Tercera y Hill & Knowlton Captiva.
• Tercer lugar en el Ranking Empresas más Responsables Socialmente de Chile de PROHumana y Revista Capital.
• Finalista en el Premio Carlos Vial Espantoso, a las buenas prácticas laborales.
- 2006** • Décimo tercer lugar en encuesta Empresas más Admiradas de La Segunda y Adimark.
• Cuarto lugar en encuesta Empresas más Admiradas del Diario Financiero y PricewaterhouseCoopers. CCU destacó en el primer lugar en las categorías Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa.
• Octavo lugar en el Ranking de Reputación Corporativa de La Tercera y Hill & Knowlton Captiva.
• Octavo lugar en el Ranking Empresas más Responsables Socialmente de Chile de PROHumana y Revista Capital.

Indicadores de Sustentabilidad

CODIGO GRI	DESCRIPCION	PAGINA
PERFIL		
1. ESTRATEGIA Y ANALISIS		
1.1	Declaración del Gerente General	3
2. PERFIL DE LA ORGANIZACION		
2.1	Nombre de la Organización	5
2.2	Principales marcas/ productos	6
2.3	Estructura operativa de la Organización	7
2.4	Localización de la sede principal	6
2.5	Número de países en los que opera la Organización	5
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	6
2.7	Mercado servidos y los tipos de clientes	6
2.8	Dimensión de la Organización Informante	6, 14
2.9	Cambios significativos en la Organización	11
2.10	Premios y distinciones	46
3. PARAMETROS DEL INFORME		
PERFIL DEL INFORME		
3.1	Período cubierto por la información	10
3.2	Fecha del Informe anterior	10
3.3	Ciclo de presentación del Informe	10
3.4	Punto de contacto	10
ALCANCE Y COBERTURA DEL INFORME		
3.5	Proceso de definición del contenido del Informe	10
3.6	Cobertura del Informe	11
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura	11
3.8	Base para incluir información de los negocios conjuntos	11
3.9	Técnicas de medición de datos	11
3.10	Explicación de la reexpresión del Informe	11
3.11	Cambios significativos relativos al alcance, cobertura o valoración del Informe	11
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos	11
4. GOBIERNO, COMPROMISOS, Y PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERES		
GOBIERNO		
4.1	Estructura del Gobierno	26
4.2	Indicación si el Presidente ocupa un cargo ejecutivo en la Organización	26
4.3	Número de miembros del Directorio independientes o no ejecutivos	26
4.4	Participación de accionistas y empleados	26
4.6	Procedimientos para evitar conflictos de interés	27
4.8	Declaraciones de misión, visión, valores, códigos de conductas y principios relevantes	6, 7, 8
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS		
4.12	Principios o programas desarrollados externamente	9, 28
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca	9
PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERES		
4.14	Relación de grupos de interés que la Organización ha incluido	11
4.15	Base para la identificación y selección de los grupos de interés	11
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés	11
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación.	11
DESEMPEÑO ECONOMICO		
EC1	Valor económico directo generado	14
EC3	Cobertura de la Organización de planes de pensión	15
EC4	Ayudas financieras recibidas de Gobiernos	15
PRESENCIA EN EL MERCADO		
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	15
EC7	Procedimiento para la contratación local.	15
DESEMPEÑO AMBIENTAL		
MATERIALES		
EN 1	Materiales utilizados	38
EN 2	Porcentaje de los materiales utilizados que son valorizados	38

ENERGIA		
EN 3	Consumo directo de energía	39
EN 4	Consumo indirecto de energía	39
EN 5	Ahorro de la energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia	39
EN 7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	39
AGUA		
EN 8	Captación total de agua	39
EN 10	Volumen de agua reciclada	40
BIODIVERSIDAD		
EN 11	Terrenos adyacentes o ubicados en espacios naturales protegidos	40
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		
EN 16	Emisiones de gases de efecto invernadero	40
EN 18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases efecto invernadero	40
EN 19	Sustancias destructoras de la capa de ozono	40
EN 21	Vertimiento de aguas residuales	40
EN 22	Residuos gestionados según tipo de tratamiento	40
EN 24	Residuos tratados que se consideran peligrosos	41
PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN 26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	41
EN 27	Productos vendidos que son recuperados al final de su vida útil	42
DESEMPEÑO SOCIAL		
DESEMPEÑO DE PRACTICAS LABORALES Y ETICA DEL TRABAJO		
EMPLEO		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores	17
LA3	Beneficios sociales para los empleados	17
RELACIONES EMPRESA / TRABAJADORES		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	18
ASPECTO SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA 6	Porcentaje de trabajadores representados en comités de seguridad y salud	18
LA7	Tasas de absentismo, accidentes y días perdidos	18
LA8	Programas de prevención de riesgos	18
FORMACION Y EDUCACION		
LA10	Promedio de formación al año por empleado	20
LA11	Programas de gestión de habilidades formación continua	20
LA 12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones de desempeño	21
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
LA13	Composición de la plantilla desglosada por sexo y otros indicadores de diversidad	21
LA 14	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres	21
DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS		
EXPLOTACION INFANTIL		
HR6	Incidentes de explotación infantil	9, 21
TRABAJO FORZOSO		
HR7	Incidentes de trabajo forzoso	9, 21
DESEMPEÑO DE SOCIEDAD		
COMUNIDAD		
SO1	Evaluación de los impactos de las operaciones en las comunidades	37
CORRUPCION		
SO2	Unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos de corrupción	9, 27
SO3	Formación de los empleados en procedimientos anti-corrupción	9, 27
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	9, 27
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	23
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
PR3	Tipo de información sobre los productos requeridos por la normativa y productos sujetos a tales requerimientos informativos	25
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	22
COMUNICACIONES DE MARKETING		
PR6	Adhesión a códigos voluntarios en comunicaciones de marketing, publicidad y actividades promocionales.	25