



ABRE TU MUNDO
CCU

Informe de Sustentabilidad CCU

2005

Dimensión Económica - Dimensión Social - Dimensión Medioambiental

Indice

Mensaje del Gerente General	3
Perfil Corporativo	4
DIMENSION ECONOMICA	11
DIMENSION SOCIAL	13
CCU y sus Trabajadores	14
CCU Cerca de sus Clientes y Consumidores	22
CCU y sus Accionistas	26
CCU Cerca de la Comunidad	29
CCU y sus Proveedores	35
DIMENSION MEDIOAMBIENTAL	37
Responsabilidad Social en la Historia de CCU	44
Reconocimientos a CCU	46
Indicadores de Sustentabilidad	47



Mensaje del Gerente General

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

Sin duda, el mayor compromiso de la empresa es con el desarrollo de sus trabajadores. Es por esto que la Compañía hizo de este tema el eje central de su “Memoria Anual”. Nuestra gente, nuestros trabajadores son el motor de la Compañía, y el principal público con el que se relaciona la empresa.

Este “Informe de Sustentabilidad CCU” representa el esfuerzo de CCU por entender, y satisfacer las necesidades e intereses de los diferentes públicos con los cuales interactúa, vale decir, la comunidad en que opera, los consumidores que diariamente prefieren sus marcas y los clientes con quienes comparte su éxito; los accionistas que confían en su capacidad y potencial, los proveedores, las autoridades, las instituciones y sus trabajadores, principales protagonistas de su inspiración en el ámbito social.

Este año, en la realización de su Informe de Sustentabilidad, CCU ha seguido las pautas y directrices recomendadas por el Global Reporting Initiative (GRI), considerando las dimensiones Económica, Social y Medioambiental en las que se desarrolla la Compañía.

Para CCU la Responsabilidad Corporativa es parte integral de su estrategia de negocio. Ser una empresa socialmente responsable es una opción que se toma libremente, adoptando políticas y acciones que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas. Este compromiso, una vez asumido, pasa a ser un sello de identidad exigido por todos esos públicos. De allí la importancia de mantener un canal de información y comunicación, como éste, que permita transmitir los esfuerzos por cumplir sus expectativas.

El compromiso de CCU con las mejores prácticas de gestión, se ha visto reflejado por los importantes reconocimientos que la Compañía ha obtenido a lo

largo de su historia. En esta línea, CCU fue una de las primeras empresas chilenas que adhirió al Pacto Global, una iniciativa voluntaria impulsada por las Naciones Unidas, comprometiéndose a respaldar principios sobre Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y Anticorrupción.

CCU continuamente desarrolla acciones orientadas a mejorar la calidad de vida de las personas, con actividades dirigidas a la comunidad en general, como los programas “CCU en el Consumo Responsable de Alcohol”, “CCU en el Deporte”, “CCU en la Cultura” y “CCU en el Apoyo Solidario”; así como en el desarrollo de sus trabajadores, con iniciativas como la implementación del programa “Educar en Familia” en el 100% de la Compañía, entregando herramientas en relación al correcto consumo de los productos con alcohol.

Asimismo, la preocupación de CCU por el medioambiente se refleja a través de proyectos de gestión ambiental, plantas con tecnología limpia, entre otros. En 2005, la Compañía continuó con el desarrollo del Proceso Directivo Calidad y Medioambiente, creado en 2004 y que permite de manera más coordinada, definir planes y compromisos de calidad y medio ambiente, para cada una de las filiales de CCU.

Aunque estamos conscientes de que queda mucho por recorrer en el camino de la sustentabilidad, 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



Informe de Sustentabilidad CCU
2005

Perfil Corporativo

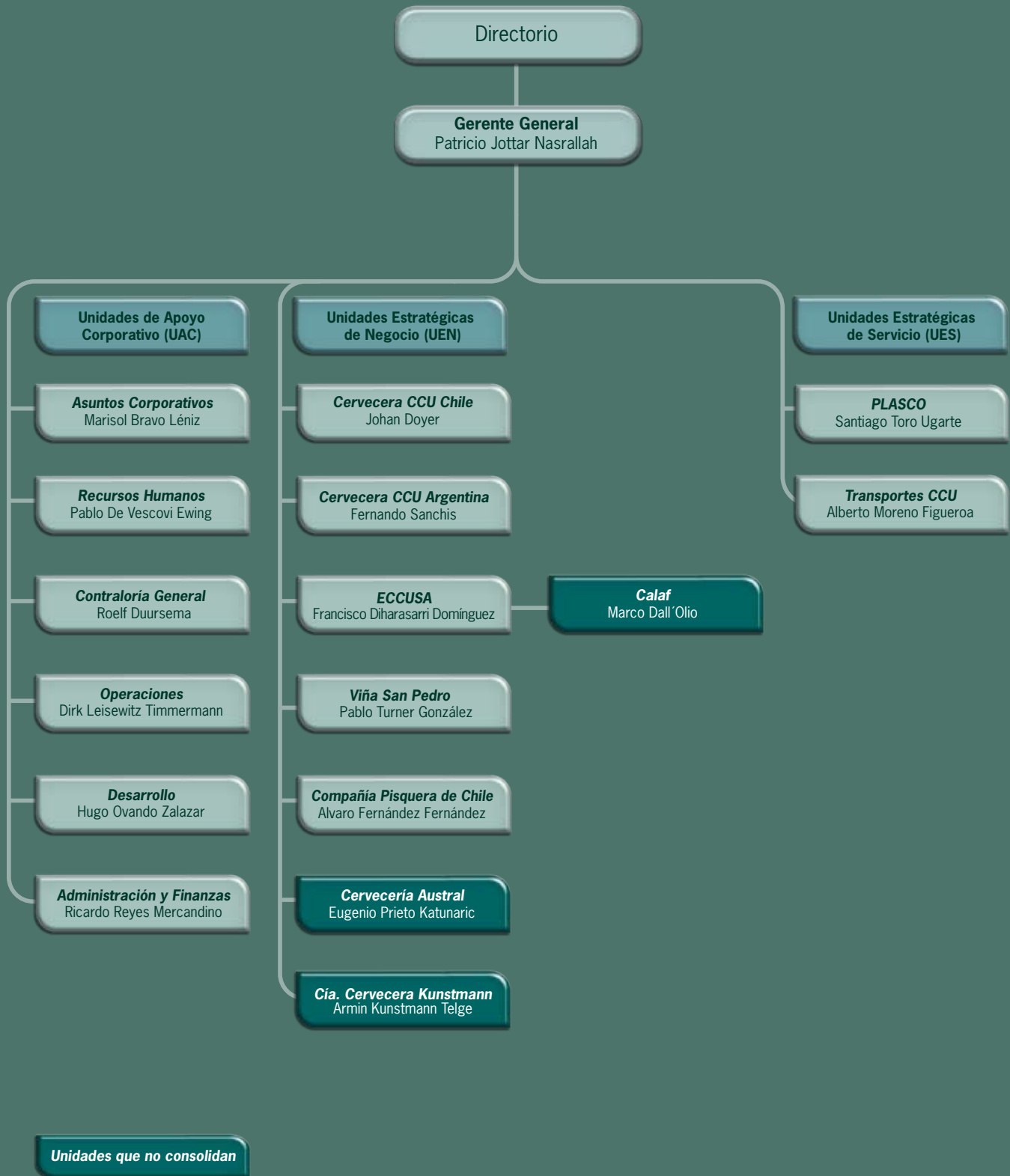
Descripción de CCU

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 dos 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.



ABRE TU MUNDO
CCU

ESTRUCTURA CORPORATIVA



Misión, Visión, Valores Corporativos y Pilares Estratégicos

Nuestra Visión

“Ser reconocidos como la empresa que potencia un mejor vivir”

Nuestra Misión:

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.

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 desarrollamos.
- d. Las mejores prácticas en nuestra gestión.



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.



Nuestros Pilares Estratégicos

- **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 con los grupos asociados a la Compañía.

Principios y Compromisos de CCU

• Código de Etica

Los principios éticos que orientan la actitud y conducta de cada uno de los integrantes de CCU y sus filiales, están compilados en el “Código de Etica CCU”. Este documento es una compilación de las directrices que rigen a la Compañía reunidas en un solo 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.

Este 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 medioambiente
- Políticas contables
- Independencia de los auditores externos
- Conducta y deberes del Directorio y ejecutivos principales
- Controles internos
- Del fraude
- Comité de Ética
- Comité de Divulgación

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

• Política de Alcohol CCU

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

• CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables

En el marco de la Responsabilidad Social, la Compañía desarrolla sus negocios buscando que sus marcas sean cada vez más fuertes, impulsando comunicaciones comerciales innovadoras, eficaces e inspiradoras y que a la vez, aseguren que CCU cumpla con los más altos estándares de responsabilidad corporativa.

La Compañía ha desarrollado el documento “CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables”, con el objeto de guiar la publicidad de sus marcas comerciales.

El documento 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.

Política de Alcohol CCU

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



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 y el Pacto Global

El compromiso de CCU con las mejores prácticas de gestión la impulsó a unirse al Pacto Global (PNUD), un acuerdo internacional fomentado por las 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.

Este 2005, la Compañía entregó su primera “Comunicación de Progreso CCU 2004” al PNUD, en la que detalla lo realizado por la Compañía en miras de avanzar en los lineamientos del Pacto Global.

Los Diez Principios del Pacto Global:

Derechos Humanos

1. Las empresas deben 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. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5. La abolición efectiva del trabajo infantil.
6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Medioambiente

7. Las empresas deben 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. Las empresas deben trabajar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.



THE GLOBAL
COMPACT



Informe de Sustentabilidad CCU
2005

Dimensión Económica

Dimensión Económica de CCU

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

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.

• Balance 2005:

El año 2005 fue récord para la Compañía. Los volúmenes alcanzaron los 12,3 millones de hectolitros, mientras que los ingresos por ventas crecieron 12,9%, llegando a \$492.047 millones, el resultado operacional se incrementó en 9,3% alcanzando \$66.470 millones y el EBITDA alcanzó \$107.609 millones. La utilidad neta fue de \$48.177 millones, sólo 2,4% mayor que la registrada el año 2004, como consecuencia de utilidades extraordinarias no operacionales por \$6.441 millones generados el último trimestre de 2004.

VENTAS EN MILLONES DE PESOS POR SEGMENTO												
	Cervezas en Chile		Cervezas en Argentina		Gaseosas y Aguas Mineral		Vino		Pisco		Otros	
	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004
Productos principales	185.948	167.037	46.387	40.991	135.062	124.257	77.980	80.497	28.200	8.581	8.730	6.793
Otros productos	2.483	2.121	349	594	547	353	6.016	4.444	345	14	0	0
Total	188.431	169.158	46.735	41.584	135.610	124.611	83.996	84.941	28.544	8.596	8.730	6.793
% cambio	11,4%		12,4%		8,8%		-1,1%		232,1%		28,5%	

• Mercados y Participación 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 su filial Viña San Pedro.

PARTICIPACIONES DE MERCADO 2005							
Cervezas en Chile	Cervezas en Argentina	Gaseosas	Agua Mineral	Néctares Embotellados	Vino Doméstico	Vino Exportación Envasado	Pisco
88%	16%	22%	67%	53%	19%	12%	46%

• Proveedores de Capital

CCU cuenta con una política de dividendos que reparte 50% de las utilidades netas del año. Durante 2005 entregó dividendos por \$28.603 millones a sus accionistas, correspondientes a las utilidades de 2004.

Adicionalmente, como ocurrió en 2005, la Compañía reparte dividendos extraordinarios de forma esporádica, buscando tener una relación deuda-capitalización óptima.

Las utilidades retenidas aumentaron \$17.395 millones a final del período.

• Impuestos, Subsidios y Donaciones a la Comunidad

El año pasado, CCU pagó en Chile y Argentina un total de \$9.115 millones por concepto de impuesto a la renta. La Compañía no recibe subsidios de ningún tipo.

En 2005, CCU destinó un total de \$618 millones a donaciones con fines sociales y deportivos, a proyectos educacionales, institutos profesionales, universidades y a instituciones culturales, en otros.



Informe de Sustentabilidad CCU
2005

Dimensión Social

CCU y sus Trabajadores

1.- Nuestra Gente: el Motor de CCU

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

Durante 2005, CCU incrementó su dotación en 11% con respecto a 2004.

DOTACION DE CCU S.A. Y SUS FILIALES, POR NIVEL, A DICIEMBRE DE 2005

	Gerentes	Ejecutivos y Profesionales	Empleados / Operarios	Total General
Matriz	27	260	148	435
CCU Chile	14	168	651	833
ECCUSA	6	108	781	895
Viña San Pedro	11	144	477	632
CCU Argentina	7	322	188	517
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	7	49	253	309
PLASCO	1	12	92	105
Transportes CCU	3	36	448	487
Comercial CCU	1	17	86	104
Total	77	1.116	3.124	4.317

La política de remuneraciones de CCU es comparable favorablemente con las de los mercados relevantes y contempla sistemas de renta fija y variable, y evaluación de desempeño.

2.- Beneficios a Nuestra Gente

Los trabajadores de CCU cuentan con una serie de beneficios que permiten mejorar su calidad de vida. Entre ellos, más de 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 que facilita el 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 invita a los trabajadores de todas las filiales. En 2005 se realizó en Fantasilandia y asistieron más de 5.700 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.



BENEFICIOS OTORGADOS A LOS TRABAJADORES DURANTE 2005

Programa	Descripción	Nº de Beneficiarios (a diciembre de 2005)
Asignación de escolaridad	Cantidad de dinero otorgada al trabajador de acuerdo a los hijos que acrediten cursar algún nivel de escolaridad.	3.025
Bono feriado	Cantidad de dinero otorgada al trabajador cuando hace uso de a los menos 10 días de vacaciones.	3.025
Aguinaldo Fiestas Patrias y Navidad	Beneficio en dinero durante Fiestas Patrias y Navidad.	3.025
Bono movilización	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su traslado al lugar de trabajo.	3.025
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.	3.881
Vestuario de trabajo	Vestuario otorgado por la empresa según la naturaleza de las labores.	3.220
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.	3.951
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.	3.951
Regalo de canasta familiar	Beneficio que busca compensar los gastos en que incurre el trabajador durante las Fiestas Navideñas.	3.951
Bonos matrimonio (dinero y días de vacaciones)	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su matrimonio.	2.881
Gastos de fallecimiento familiar directo	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo del fallecimiento de algún familiar directo.	2.969
Seguro de vida	Cantidad de dinero (prima) pagada por la empresa a las compañías de seguros por cada trabajador.	2.898
Asignación de natalidad	Cantidad de dinero otorgada por motivo del nacimiento de un hijo del trabajador.	2.881
Servicio de bienestar	Cantidad de dinero pagada por la empresa a los Servicios de Bienestar por cada trabajador.	2.374
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.	3.157



3.- Relación con los Trabajadores

La política de CCU es de apertura a la formación y desarrollo de sindicatos. Se garantiza la más completa libertad de asociación. Actualmente, alrededor de 55% de la dotación de la Compañía está sindicalizada.

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. 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. Su política se basa en cuatro principios básicos:

1. La protección de la salud e integridad física de los trabajadores constituye un valor fundamental para la Compañía, por el bien que significa para los propios trabajadores, y por su trascendencia social y económica, tanto para la empresa como para la comunidad en que desarrolla sus actividades.



2. El mantener condiciones ambientales y de seguridad óptimas en el trabajo contribuye a la eficiencia integral de la Compañía, y es parte de sus objetivos estratégicos.

3. Todo accidente es evitable en la medida que operen con eficacia los controles de la administración destinados a eliminar las causas básicas que los producen y los trabajadores cumplan las normativas de uso de elementos de protección personal y procedimientos respectivos.

CUADRO PREVENCIÓN DE RIESGOS A DICIEMBRE DE 2005

Empresa	Promedio de Trabajadores (*)	Nº de Accidentes	Días Perdidos	Total Accidentabilidad	Tasa de Riesgo o Siniestralidad
CCU S.A.	422	5	33	1,18	7,82
CCU Chile	886	42	607	4,74	68,51
ECCUSA	1.026	61	611	5,95	59,55
Viña San Pedro	1.209	14	346	1,16	28,62
Transportes CCU	501	34	391	6,79	78,04
PLASCO	108	8	162	7,41	150,00
CCU Argentina	627	48	560	7,66	89,31
CPCh	384	19	408	4,94	106,30
Comercial CCU	45	0	0	0,00	0,00
Total	5.208	231	3.118	4,43	59,86

Tasa de Accidentabilidad = No Accidentes *100/ Dotación Promedio

Tasa de Riesgo = Días Perdidos *100/ Dotación Promedio

(*) Promedio de Trabajadores incluye a todos los de planta y de temporada durante 2005

4. La seguridad, calidad y productividad son el resultado de un trabajo bien hecho. En consecuencia, ellas constituyen una responsabilidad inherente a las labores propias de cada trabajador de la empresa, cualquiera sea su nivel y jerarquía dentro de la organización.

CCU 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 generando un compromiso.

- **Comentarios a Nivel Consolidado**

- **Tasa de Accidentabilidad:** Se visualiza un incremento marginal de 2 décimas respecto a 2004, básicamente por la incorporación de CPCCh que estuvo sobre el promedio y se suman los efectos de CCU Chile, CCU Argentina, ECCUSA y PLASCO, con un mayor número de accidentes debido a casos puntuales que se encuentran actualmente bajo control. En todo caso la tasa de 4,43, obtenida durante el año 2005 es muy buena en términos comparativos ya que es muy inferior (37%) a la del grupo de referencia industrial que bordea los 7 puntos y es prácticamente la mitad de la del sector manufactura que alcanza a 9,28 según los últimos datos de la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).
- **Tasa de Riesgo:** Se generó un aumento de 4,4 puntos porcentuales respecto a 2004, derivado fundamentalmente del incremento en el número de los

días perdidos de Cervecería CCU Chile, Viña San Pedro, y CCU Argentina, situación que obedeció a accidentes de carácter aislado, que generaron leve aumento en la tasa, la que se encuentra 30% bajo el estándar industrial.

- **Comentarios Específicos**

- **CCU S.A.:** Logra reducir su tasa de accidentabilidad y siniestralidad bajando el número de accidentes y los días perdidos respecto al año 2004.
- **CCU Chile:** Se observa un aumento en las tasas de accidentabilidad y de siniestralidad, producto de los nuevos proyectos de inversión, cambios de formato e introducción de equipos de alta tecnología que han aumentado la velocidad de las líneas de producción, lo que implica ajustes iniciales por la mayor intervención de mano de obra en la que se debe considerar su curva de aprendizaje. Mantiene en los 2 últimos años buenos resultados y con valores por debajo del rubro de la industria, lo que la ha permitido lograr una rebaja en la tasa de cotización adicional situándose en un 0,34%, debido a la consolidación del Programa Control Comportamientos Críticos.
- **CCU Argentina:** Debido a los requerimientos de mayor producción y por lo tanto de mano de obra, se ha producido un leve aumento de la tasa de accidentabilidad, realizándose los mejores esfuerzos en capacitación para el uso adecuado de los elementos de



protección personal, para corregir los comportamientos observados por distintas inspecciones y auditorías realizadas, lo que ha permitido que los indicadores se mantengan bajo la media nacional de la actividad.

- **ECCUSA:** Mantiene su tasa de accidentabilidad en niveles bajos respecto a la industria y logra una importante reducción en la tasa de siniestralidad debido a la fuerte disminución en el número de días perdidos durante el año 2005.
- **Viña San Pedro:** Mantiene sus indicadores bajo control reduciendo la tasa de accidentabilidad, pero se incrementa la siniestralidad debido a casos puntuales. Continúan trabajando en su programa de prevención de riesgos basado en la norma OHSAS 18.001 de Gestión en Salud y Seguridad Ocupacional, con muy buenos resultados en los centros de trabajo certificados el año 2004, y esperando en el año 2006 lograr la certificación en la Planta Lontué y las Bodegas de San Fernando y Totihue. Mantiene sus cotizaciones adicionales en cero en Viña San Pedro y Santa Helena, sumándose a este logro en este último período, Viña Altaïr.
- **Transportes CCU:** Logra una importante reducción en las tasas de accidentabilidad y siniestralidad derivado del menor número de accidentes y de días perdidos, producto de la implementación de un programa de prevención focalizado en la solución de las causas básicas generadoras de riesgos, lo que le ha permitido rebajar su tramo de cotización adicional a un 0,68%.
- **PLASCO:** Experimentó aumento en la tasa de siniestralidad debido a accidentes puntuales, basados fundamentalmente en acciones inseguras del personal, los que generaron mayor cantidad de días perdidos, situación de carácter excepcional actualmente bajo control. No obstante lo anterior rebajó su tasa adicional a un 0,68%.
- **Compañía Pisquera de Chile (CPCh):** Está en su primer año de funcionamiento y deberá implementar su programa de prevención de riesgos, que se encuentra en desarrollo.

Durante 2005, también ha sido relevante en el trabajo relacionado con el área prevención de riesgos y seguridad, la preparación e incorporación de planes de emergencia y evacuación en las distintas plantas y oficinas, cuyo objetivo es desarrollar una respuesta oportuna y eficiente ante cualquier situación que pueda afectar o poner en peligro al personal y los activos de la empresa. En este trabajo resalta la formación de líderes de zonas o pisos y el entrenamiento y ejercicios de las brigadas contra incendios en las diferentes empresas de CCU.

Asimismo se debe destacar el permanente fortalecimiento de los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad de sus unidades, 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.

5.- Capacitando a Nuestros 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 en 2005, en las actividades de capacitación se realizaron 126.577 horas hombre, totalizando 9.258 participantes, lo que representa una inversión total de \$559.519.171. Se dictaron 826 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.

Con relación a 2004, aumentaron todos los indicadores de capacitación:

- En 2005 el número de cursos se incrementó en 222, realizándose 37% más que en 2004.
- Las horas hombre capacitadas aumentaron en 41% y los participantes en 57%.
- La inversión total creció en 19,85%

- **Hechos Destacables en Capacitación durante 2005:**

- En la planta cervecera de Santiago se llevó a cabo por segundo año consecutivo el Programa Gimnasia de Pausa con gran éxito. 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 evitar problemas de salud y mejorar su calidad de vida en el trabajo.
- En las viñas San Pedro, Santa Helena, Tabalí y Altaír, se impartieron cursos de inglés con profesor permanente.
- Asimismo, se capacitó al personal de CCU Chile en Santiago y Temuco, y al de Embotelladora CCU en Santiago y Talcahuano en el proceso de certificación de calidad.
- En Santiago y regiones, se realizó el programa de capacitación “Plan de Manejo de Residuos Industriales” para dar cumplimiento al D.S 148.
- Siguiendo el plan piloto implementado en 2004 con 124 personas, en 2005 se impartió al 100% de los trabajadores el programa “Educar en Familia”, dictado por modalidad e-learning y autoinstrucción.

INFORME CAPACITACION CCU Y FILIALES EN CHILE A DICIEMBRE DE 2005 (*)	
Cursos Realizados	826
Horas Hombre Capacitadas	126.577
Participantes	9.258
Participantes por Nivel Ocupacional	
Ejecutivos	367
Profesionales	1.192
Mandos Medios	1.198
Administrativos	771
Calificados	2.723
Semi Calificados	1.607
No Calificados	1.400
Total	9.258
Capacitación Especial	
Participantes en Carreras Técnicas	50
Participantes en Carreras Universitarias	16
Participantes Desarrollo Profesional	33
Participantes Desarrollo Profesional en el Extranjero	1
Participantes Nivelación de Estudios	71
Total	171

(*) La tabla no contempla las becas sociales para participantes no trabajadores de CCU.

- En el año 2005 en Argentina se realizaron 4.930 horas de capacitación, inherentes a estudios del área industrial, como seguridad e higiene en el trabajo, buenas prácticas de manufactura, calidad, computación e idiomas, cursos de impuestos y auditoría. Además, se entregaron planes de financiamiento a 2 personas para concluir sus carreras de grado y a otras 6 para la realización de post títulos.



- **Becas Sociales:** El compromiso con la comunidad se tradujo en la entrega de 286 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.

En el 2005, al igual que en años anteriores, el énfasis se puso en el desarrollo de la empleabilidad como una manera de ampliar los horizontes laborales de los participantes:

- Se entregaron 50% más de becas que en 2004 y se realizaron en total 3.110 horas de capacitación.
- Se dictaron cursos en diversas áreas, como cuidado del adulto mayor, técnicas en instalaciones sanitarias, estética corporal, mecánica automotriz, computación, manipulación de alimentos y otros.
- En 2005, el esfuerzo se llevó sobre todo a regiones, donde CCU cuenta con instalaciones u oficinas comerciales. De esta manera, Antofagasta, Temuco, Concepción, Rancagua se beneficiaron con 131 becas y más de 800 horas de capacitación.
- En la planta de Molina en Viña San Pedro, 75 familiares de trabajadores recibieron becas con las que pudieron asistir a cursos de manejo y control de enfermedades de

la vid, operación y calibración de equipos, uso y manejo de plaguicidas, vinificación y bodegaje.

6.- Ambiente de Trabajo Respetuoso

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.

En este sentido, CCU dio amplia cobertura a la Ley n° 20.005 que tipifica y sanciona el acoso sexual y que fue promulgada en marzo de 2005, a través de su oportuna y completa publicación en las filiales y empresas relacionadas con la Compañía.

- **Clima Organizacional**

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.

- **Igualdad de Oportunidades**

La Política de Recursos Humanos de CCU afirma que “el Personal es nuestro principal recurso” y que entre



ANÁLISIS CLIMA ORGANIZACIONAL 2005				
Análisis Clima	% de Satisfacción Laboral			
	2002	2003	2004	2005
CCU SA	66%	76%	79%	78%
CCU Chile	69%	70%	76%	75%
ECCUSA	67%	69%	69%	66%
Viña San Pedro	63%	68%	66%	67%
CPCh	N/D	N/D	N/D	71%
CCU Argentina	67%	63%	73%	71%
Transporte CCU	68%	69%	72%	68%
PLASCO	68%	69%	63%	70%
Consolidado	67%	69%	72%	70%

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 sobre compensación consiste en cumplir, simultáneamente, con dos requisitos:

- 1. Equidad Interna:** cargos de igual valor relativo tienen idéntico rango salarial, y
- 2. Reconocer el Mérito:** se debe compensar los desempeños meritorios.

Esto implica que las remuneraciones no versan sobre la persona, si no sobre el cargo, por lo mismo no se hace distinción sobre la condición del trabajador.

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 está presente en el Código de Ética de CCU, es asegurar la igualdad de oportunidades para todos sus trabajadores y para quienes postulan 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. La participación es mayor en CCUSA, mientras que la más baja es en Transportes CCU por las características del trabajo que desarrolla esa filial.

CCU considera a cada uno de sus empleados como una persona integral con responsabilidades y compromisos en el trabajo, el hogar y la comunidad, con valores esenciales y diferentes costumbres.



DISTRIBUCION PORCENTUAL DE TRABAJADORES DE CCU Y SUS FILIALES, POR GENERO, A DICIEMBRE 2005

	Mujeres		Hombres		Total
	N°	%	N°	%	
Matriz	109	25%	326	75%	435
CCU Chile	75	9%	758	91%	833
ECCUSA	63	7%	832	93%	895
Viña San Pedro	120	19%	512	81%	632
CCU Argentina	49	9%	468	91%	517
CPCh	37	12%	272	88%	309
PLASCO	4	4%	101	96%	105
Transportes CCU	10	2%	477	98%	487
Comercial CCU	2	2%	102	98%	104
Total	469	11%	3.848	89%	4.317

CCU Cerca de sus Clientes y Consumidores

1. CCU y su Compromiso con sus Clientes

- **Apoyo Permanente**

Los más de 150 años de CCU le han permitido ser una empresa siempre presente en el mercado nacional, estableciendo y consolidando una estrecha relación con todos aquellos que venden al público sus productos, que sólo en Chile conforman un grupo de 93 mil clientes directos de bebidas refrescantes y confites, y más de 37 mil que trabajan con sus cervezas, vinos y piscos.

- **Apoyo a los clientes:** CCU y sus empresas coligadas, desarrollan permanentemente planes de trabajo con clientes que contemplan, entre otros, la instalación de equipos de frío, de letreros luminosos y material de apoyo a la venta tales como exhibidores, muebles, pizarras de diseño atractivo y buena

calidad. Todos estos activos financiados por la Compañía sirven para mejorar la calidad de servicio que brindan a los consumidores.

- **Capacitando a nuestros clientes:** CCU Chile realiza charlas “Vendiendo más y mejor”, orientadas a sus clientes de botillerías y almacenes con el objeto de entregarles herramientas para que mejoren la gestión de sus locales, respondan a las exigencias de su clientela y puedan ser más competitivos, permitiéndoles una mayor proyección a futuro. CCU reconoce el rol fundamental de este tipo de negocios en la comunidad en que se insertan por lo que promueve que éstos refuercen sus lazos vecinales y mejoren la forma en que entregan su servicio. Hasta 2005, más de 1.000 clientes fueron capacitados.
- **Programas “Cliente preferente Cristal” y “Club Bilz y Pap”:** Desde 2004 CCU Chile cuenta con el programa “Cliente preferente Cristal” destinado a clientes que trabajan con las cervezas de la Compañía. En 2005, Embotelladora CCU comenzó con una iniciativa similar llamada “Club Bilz y Pap”. Ambas actividades cuentan con informativos mensuales, catálogos y otros beneficios como, por ejemplo, puntos canjeables por premios.



- **Visitas a las plantas:** Como una manera de acercar más a los clientes a la Compañía se realizan visitas guiadas a las plantas cerveceras y bodegas de vinos que posee la Compañía.
- **Revista “CCU Amigos”:** Para dar a conocer todas las 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.
- **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, 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.

- **Plan Punto Máximo**

En 2003, CCU lanzó el “Plan Punto Máximo”, orientado a maximizar la rentabilidad de la Compañía a través de una mejor segmentación y ejecución en el punto de venta, buscando una mayor satisfacción tanto de los clientes, como de los consumidores.

El Plan Punto Máximo contempla los siguientes cuatro objetivos:



- **Máxima Segmentación :** consiste en agrupar a los clientes y consumidores en segmentos que identifiquen los productos, empaques, precios, merchandising y nivel de servicio adecuado a sus necesidades particulares.
- **Máxima Ejecución:** consiste en ejecutar cada segmento según estándares definidos en términos de producto, empaque, precio, merchandising y nivel de servicio.
- **Máximo Margen:** consiste en maximizar el margen del conjunto de productos vendidos en cada segmento
- **Máxima Satisfacción:** consiste en satisfacer cada segmento de consumidores y clientes adecuadamente.



2. Buscando la Máxima Satisfacción para sus Consumidores

- **Calidad un Valor Fundamental**

Para CCU ofrecer productos inocuos, 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 en las condiciones de trabajo de las personas.

- A partir de 2004, este compromiso está reforzado por 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 2005 se inició la estandarización de la gestión de los procesos de calidad y medioambiente de todas las áreas de CCU,

mediante la compra del módulo calidad del software People Soft.

- Las plantas de Cachantun, PLASCO, Viña San Pedro y Calaf La Reina, cuentan con la certificación ISO 9000.
- 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 internacional más importantes (HACCP, BRC, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS), además de la exigente norma de alimentos de la Unión Europea, el IFS.
- Todo el resto de nuestras plantas e instalaciones productivas se encuentran en diferentes etapas del proceso de implementación y certificación de herramientas internacionales en referencia a procesos y gestión de calidad.
- Por otra parte, en 2005 las plantas de CCU Chile, Santiago y Temuco, consiguieron la norma internacional HACCP, que certifica la inocuidad de los productos, uniéndose a las 10 instalaciones de la Compañía que ya cuentan con ella o que están en proceso de certificación presentadas a continuación:

		GMP(*)	HACCP(*)
VSP	Molina		
	Santa Elena		
	La Celia		
ECCUSA	Santiago		
	Cachantun		
CCU Chile	Santiago		
	Antofagasta		
CCU Argentina	Temuco		
	Salta		
Calaf	Santa Fe		
	La Reina		

Certificado En Proceso

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



- **Etiquetado de los Productos: Informando a Nuestros Consumidores**

CCU está constantemente preocupado por 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.

- En la mayoría de sus productos sin alcohol, CCU entrega información nutricional a través de las etiquetas, para que sus consumidores puedan elegir libremente de acuerdo a sus preferencias y estilos de vida.
- En 2005, los productos con alcohol incluyeron en sus etiquetas la frase “Producto para mayores de 18 años”, la que se unió al mensaje “CCU invita a consumir responsablemente”, incorporado un año antes.
- También en las etiquetas se incorporó la dirección de correo electrónica consumo.responsable@ccu.cl, para que los consumidores cuenten con un canal abierto de diálogo al que puedan enviar sus comentarios o preguntas.
- Desde 2005, en caso de gráficas publicitarias de productos con alcohol en vía pública o medios escritos, se debe incorporar las frases “Disfruta con

Responsabilidad. Producto para mayores de 18 años”, de acuerdo al “Manual de estilo uso frases de Consumo Responsable de Alcohol”.

- **Servicio de Atención al Consumidor:**

CCU tiene en todos sus envases un número de teléfono gratuito del Servicio de Atención al Consumidor CCU. Este 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 inquietudes y reclamos a las unidades competentes.

- **Comunicaciones Comerciales Responsables:**

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

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. La edición de diciembre 2005, cuenta con un capítulo general y uno especial para los productos con alcohol. Ambos principios están indicados en el capítulo Perfil Corporativo de este Informe de Sustentabilidad CCU.



CCU y sus Accionistas

1. Gobierno Corporativo

Desde su fundación, CCU 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.

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, debiendo rendir cuenta anual a los 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. 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 y con mayor

detalle los asuntos de negocios que se presentan al conocimiento y decisión del Directorio.

- **Comité de Directores:** está formado por tres directores, dos de ellos independientes del accionista controlador. El Comité de Directores tiene como principales funciones examinar los estados financieros presentados, así como también los informes de los auditores externos al balance y pronunciarse a su respecto en forma previa a ser presentados a la junta de accionistas para su aprobación, así también propone los auditores independientes y clasificadores de riesgo de la Compañía. También 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:** creado en 2005 en cumplimiento a la Ley Sarbanes-Oxley de EE.UU., que resulta aplicable a



CCU en tanto emisor de ADR, es integrado por cuatro directores, todos ellos independientes, de acuerdo a la citada normativa. Sus funciones dicen relación con la supervisión de los procesos de informes financieros y contables de la sociedad y de las auditorías de los estados financieros. Es responsable de la contratación y supervisión de los auditores externos, debiendo fiscalizar su independencia y resolver los desacuerdos entre éstos y la administración. También le corresponde tratar las quejas recibidas respecto de la contabilidad, controles contables y materias de auditoría, tanto de parte de terceros como de 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 los gerentes de las filiales (UEN), unidades de soporte (UES) y unidades 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. El canal de denuncia puede ser, de acuerdo a las preferencias, anónimo o no.



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 Memoria Anual de CCU ha estado ocho veces de diez, entre los tres primeros lugares del “Concurso Anual de



Memorias de Sociedades Anónimas de Chile” otorgado por Revista Gestión y PricewaterhouseCoopers.

- En 2005, un estudio realizado por la revista Institutional Investor Research Group, distinguió a CCU por segundo año consecutivo, como la primera empresa chilena y segunda en Latinoamérica por su área de Relación con los Inversionistas en la categoría alimentos y bebestibles. Esta publicación reconoce a las empresas latinoamericanas que transan sus acciones en Estados Unidos.



CCU Cerca de la Comunidad

A lo largo de los 150 años de tradición, la preocupación por el desarrollo integral de sus trabajadores y familias, el resguardo medioambiental y la difusión de valores positivos a través del deporte, la cultura, la conciencia ecológica y el Consumo Responsable de Alcohol, siempre con miras a contribuir al bienestar de la comunidad, han sido los imperativos éticos de la Compañía en todos sus productos.

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

Bajo el concepto “Acercar el Arte a la Gente”, CCU participa activamente en la difusión de artistas chilenos contemporáneos, a través del Programa CCU en la Cultura.

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

En 2005, por primera vez las Exposiciones Itinerantes de la Colección Pictórica de CCU, visitaron centros hospitalarios de la Región Metropolitana, llevando color y distracción a los pacientes, familias y personal. Adicionalmente, se regalaron reproducciones de obras a cada uno de los hospitales.

2. CCU en el Apoyo Solidario

Para CCU contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas es invertir en el futuro. 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.

Entre las actividades que contempla este programa se encuentran:



- **Apoyando la Educación**
 - **Programa Becas Educativas:** CCU cuenta con un programa de entrega de becas para aquellas 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.
- **Voluntariado Corporativo**
 - **Campaña 1+1:** Iniciativa social en que tanto los trabajadores de CCU y la empresa hacen un aporte mensual en dinero a instituciones benéficas de escasos recursos.
 - **Compartir con un Amigo:** Programa para trabajadores de CCU y sus filiales que ofrece 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 Santiago.
 - **Con Compromiso Unidos:** 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 de 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.

- **El Compromiso de Nuestras Marcas**
 - **Apoyo a Teletón:** Desde 1978 CCU ha estado presente en la Teletón a través de sus marcas, Cristal, Cachantun, Gato, Ruta Norte, Bilz y Pap.
 - **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 a colegios junto a los personajes icono 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.
 - **Programa Team de la Alegría Bilz y Pap:** A partir del año 2005, se implementa el Programa Team de la Alegría Bilz y Pap. Se trata de un programa de recreación de niños hospitalizados con el respaldo del Hospital Clínico Universidad de Chile. Esta acción de RSE (Responsabilidad Social Empresarial), seria, comprometida y efectiva, mejora la calidad de vida de los pacientes y actúa terapéuticamente en sus estadías hospitalarias a través de la risa y la alegría lo



que en lenguaje médico se conoce como risoterapia. El Team de la Alegría Bilz y Pap, recorrerá cada año distintos recintos hospitalarios entregando entretenimiento y cultura a los niños que están tratándose.

- **Asados Solidarios Cerveza Cristal:** A partir del verano de 2005, Cerveza Cristal realiza asados con todo incluido a universitarios que opten por ir a trabajos solidarios, en el lugar de Chile en el que se encuentren. De esta manera premia e incentiva estas jornadas voluntarias.

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 entregándole al público competencias, torneos y juegos que estimulan el trabajo en equipo, el encuentro con los amigos y la entretenimiento 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 el Deporte Escolar:** El objetivo es promover la actividad física en los niños y a través de la entrega de implementación deportiva a colegios municipalizados, se fomenta un estilo de vida saludable. Arcos y pelotas de baby fútbol, redes y pelotas de voleibol, pelotas de básquetbol, petos y colchonetas de gimnasia, entre otros, junto a actividades deportivas, son motivos de alegría para miles de niños.

En 2005, 90 colegios se beneficiaron, alcanzando a 62.000 niños, 30% más que en 2004.

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

En 2005, se entregó implementación a los institutos de Arica y Valparaíso.

- **Apoyando a Robinson:** El año 2003, CCU se comprometió con el tenista discapacitado Robinson Méndez. La Compañía se hizo cargo del financiamiento de toda



la carrera internacional de Méndez. Desde entonces, ha participado en los más importantes torneos del mundo, mejorando su tenis, ganando experiencia y dando a conocer su excepcional talento. Al momento de iniciar este programa, Robinson Méndez, estaba en el puesto número 156 del ranking mundial, a fines de 2005 era número 19 del mundo, 1 de Chile y 1 de Iberoamérica.

• **Las Marcas Comerciales: por el Deporte y la Vida Sana**

- Cerveza Cristal es el mayor auspiciador del fútbol nacional. Apoya a 16 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, rugby, triatlón y básquetbol, contribuyendo a fomentar entre los jóvenes chilenos su práctica y afición.
- Importantes figuras como los pilotos Eliseo Salazar y Pablo Donoso, la destacada golfista Nicole Perrot, el deportista senior Moisés Zamorano, ganador de numerosas medallas en pruebas de atletismo internacional y al montañista, Mauricio Purto, reciben el apoyo de Cerveza Cristal.

- 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; Cachantun con el ATP de Viña del Mar y Escudo que respalda atractivas competencias de rafting universitario. En Argentina, Budweiser es auspiciador del equipo de fútbol River Plate además de participar en competencias de surf, polo y golf, y las cervezas Santa Fe, Salta y Rosario están muy ligadas al fútbol mediante auspicios a equipos regionales. San Pedro Wine Group, a través de su marca Gato, organiza la Copa Gato que reúne a los principales clubes de fútbol. La marca 35 Sur también tiene un rol importante en el deporte respaldando al equipo de vela del mundial liderado por Alberto "Tito" González y apoya la Regata de Chiloé que reúne a lo mejor de la náutica nacional.
- Gatorade y Cachantun realizan una labor educativa difundiendo la importancia de la rehidratación y las conductas saludables. Mientras la primera marca se orienta sobre todo a las personas que practican deporte, Cachantun trabaja junto a los médicos del país, elaborando fichas que se distribuyen en la revista del Colegio Médico. También realiza visitas mensuales a más de 100 pediatras dejando muestras de agua mineral y material escrito, entre otras actividades.



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

Educar en Familia

Es un programa dirigido a padres de niños preadolescentes que entrega información técnica y consejos sobre Consumo Responsable de Alcohol con el objeto de fomentar el diálogo educativo entre padres e hijos sobre el tema. Educar en Familia se enfoca a escuelas municipales y privadas, busca evitar el consumo de alcohol en menores de edad.

- “Educar en Familia” enfocado a escuelas municipales. Hasta 2005, el programa tiene un alcance de 18 comunas y 26.000 familias.

- Curso de Formación de Monitores “Educar en Familia” tiene por objeto replicar el taller en los colegios. Hasta la fecha, la iniciativa cuenta con 720 monitores, que transmiten los conocimientos sobre Consumo Responsable de Alcohol en su red.



- “Educar en Familia” para colegios privados. Se trata del mismo programa que se adapta a otro tipo de público y que hasta 2005 cuenta con más de 6.000 beneficiados.

- Para la Comunidad

Campaña Festividades

Campaña educativa en conjunto con Carabineros y Conaset, que entrega estadísticas y recomendaciones a conductores, peatones y ciclistas, con el objeto de celebrar con responsabilidad.

- “Campaña Fiestas Patrias” en conjunto con fuerzas de orden y seguridad de tránsito, que a la fecha tiene un alcance de 600.000 folletos distribuidos -año a año- a conductores, peatones y ciclistas.



- “Campaña Año Nuevo” con fuerzas de orden y seguridad de tránsito, que a la fecha tiene un alcance de 100.000 folletos distribuidos a conductores, peatones y ciclistas.

Si Vas a Beber, Pasa las Llaves

Campaña educativa que busca informar y crear hábitos de conducta responsable, reforzando la idea de que es incompatible beber alcohol y manejar.

- Campaña de la marca líder Cerveza Cristal, que se enfoca a la juventud. Tiene un alcance país a través de difusión en medios de comunicación masivos y letreros en carreteras con el mensaje “Si vas a beber, pasa las llaves”.
- “Campaña Vial Educativa” con mensajes en 45 letreros camineros que educan en materia de tránsito y refuerzan la idea de que es incompatible beber alcohol y conducir. La campaña tiene un alcance país, ya que los mensajes rotan entre distintas locaciones de Chile a lo largo de un año.

- Para Clientes

No Venta de Alcohol a Menores

Programa orientado a locales de venta, con el objeto de evitar el consumo de alcohol en menores de edad. La iniciativa apoya la

Ley 19.925 sobre expendio y consumo de bebidas alcohólicas, promulgada en enero de 2004.

- “No Venta de Alcohol a Menores”, orientado a Botillerías y almacenes tiene un alcance de 20.000 clientes a lo largo del país.

- “Disfruta tu Edad” iniciativa implementada en 2005, en conjunto con Hipermercados Jumbo, con un alcance de 15 salas a lo largo de todo el país.



- Para Trabajadores

Capacitación 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 empleados, utilizando modalidades como la plataforma digital vía e-learning y el manual autoinstrucción. En 2005 el alcance de la iniciativa fue del 100% de los trabajadores de CCU.

Difusión

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.



CCU y sus Proveedores

En las múltiples actividades que desarrolla, CCU trabaja con una gran cantidad de proveedores de materias primas, insumos, productos, equipos y servicios estableciendo con todos ellos relaciones responsables, basadas en la mutua confianza, en el respeto a las normas y al medioambiente, y sobre todo en la búsqueda por ofrecer la mejor calidad para sus clientes y consumidores.

En Chile la Compañía interactúa con 10 mil empresas proveedoras y una cantidad cercana a mil en el extranjero.

CCU tiene un importante impacto en las industrias relacionadas. Es la principal compradora a proveedores nacionales de:

- Cebada malteada
- Azúcar
- Envases de vidrio, aluminio, Pet y cartón
- Tapas plásticas y de hojalata

1. Política de Proveedores de CCU

La selección de los proveedores se hace de acuerdo a la "Política de Proveedores de CCU":

"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.- Homologación y evaluación periódica de proveedores para las distintas unidades.
- 3.- Promoción continua de la aplicación de las mejores prácticas legales, comerciales, industriales 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 Homologación de Proveedores:

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

- Al ingresar al programa, estas empresas son evaluadas para conocer su situación, después se realiza un informe que permite detectar y corregir los puntos débiles para poder certificarlas como proveedoras de CCU. Posteriormente, se realiza un seguimiento para mantener los estándares requeridos que son exigencias a nivel mundial que CCU cumple con rigurosidad.
- Los estándares requeridos tienen que ver con factores de calidad de productos y/o 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.
- Hasta 2005, 147 proveedores concluyeron el Proceso de Homologación, y otros 200 están en camino de

hacerlo. Las compras efectuadas a estos proveedores representan aproximadamente un 80% del total de las adquisiciones de materias primas y materiales que efectúa la Compañía.

3. Portal de Proveedores:

Como una forma de facilitar el proceso de venta de sus proveedores y hacerlo más eficiente, CCU cuenta con un Portal de Proveedores, un sitio de compras y administración de contratos a través de Internet. Este permite a los proveedores tener acceso en línea a los requerimientos de CCU y posteriormente ingresar electrónicamente sus facturas al sistema contable de CCU 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 el menor número de transacciones y minimizar los errores asociados a la digitación de documentos.
- Durante el año 2005 los montos transados a través del Portal aumentaron un 51% con respecto a 2004.





Informe de Sustentabilidad CCU
2005

Dimensión Medioambiental

Cuidando Nuestro Medioambiente

CCU desarrolla sus negocios con interés por el cuidado del medioambiente, por el respeto a las normas, y por 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.

Para ello cuenta con una “Política Medioambiental CCU”, herramientas de gestión y también realiza diversas acciones orientadas al desarrollo sustentable de la Compañía en su dimensión medioambiental.

1.- Política 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 Política Medioambiental CCU:

- **Rentabilidad:** busca optimizar recursos (agua, energía, etc.), revalorizar residuos (venta, reutilización y reciclaje)

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 Promueve la Política 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.

2.- Proceso Directivo Calidad y Medioambiente

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 de Calidad y Medioambiente, pasando a formar parte fundamental del modelo de negocios de la Compañía.

El Proceso Directivo de Calidad y Medioambiente es altamente descentralizado, de apoyo al Plan Estratégico individual de las filiales, con

enfoque sistémico para la Gestión Industrial. El Coordinador Principal de este Proceso es el Contralor General de CCU y el Coordinador Secundario, el Gerente Corporativo de Calidad y Medioambiente.

En 2005, el nuevo Proceso, continuó su implementación a través de la sistematización y homologación de los indicadores

medioambientales de las distintas plantas de CCU Chile, CCU Argentina, Embotelladora CCU (ECCUSA) y Viña San Pedro, cumpliéndose las metas fijadas para 2005.



3.- Siempre Activos

- **Programa de Gestión Ambiental**

CCU ha desarrollado un Programa de Gestión Ambiental que otorga las directrices a sus plantas productoras de cerveza, pisco, 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.

- **Trabajando por el Medioambiente**

CCU trabaja para que sus instalaciones respondan a los más altos estándares de cuidado del medioambiente. A continuación, se enumeran algunas de las acciones desarrolladas durante 2005:

- Se realizaron capacitaciones masivas en instalaciones de CCU en la temática de las nuevas normativas con respecto a Residuos Industriales Peligrosos.

- Se continuó con el proceso de implementación en las distintas unidades de negocio el Proceso Directivo de Calidad y Gestión Ambiental.

- La planta de Salta en Argentina firmó convenio con Aguas Provinciales de Salta para el tratamiento del efluente de la cervecera.

- Las instalaciones de Embotelladora CCU (ECCUSA) en Talcahuano, firmaron un contrato con la empresa REINDA para el reciclaje de plásticos, cartones y otros.

- Asimismo, se comenzó la ejecución de obras del proyecto de saneado de aguas industriales de Viña San Pedro en la planta de Lontué. El sistema permite tratar las aguas de forma aeróbica, por medio de biodiscos, con lo cual las aguas tratadas pueden ser devueltas al canal de regadío, cumpliendo el DS 90 de Descarga a cursos de agua superficial.

- Finca La Celia, en Argentina, obtuvo la certificación en ISO 14001 de Gestión Ambiental.

- **Creando Conciencia Ecológica**

- **“Vivero Cristal”**: En su interés medioambiental, la Compañía, creó 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, Raulfés, Coigües, Robles y Tineos.

Desde 2001 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 Universidad Autónoma del Sur, Inacap Temuco, Conadi, y colegios de Temuco, entre otras entidades.

En 2005 se entregaron 20.500 árboles, lo que hasta la fecha hace un total de más de 66.127 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 del 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.

4.- Cuidando los Recursos

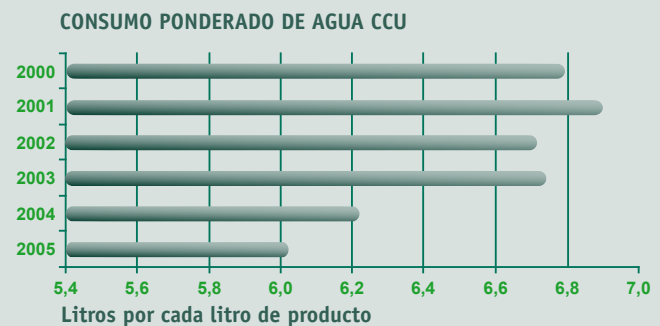
De acuerdo a la Política Medioambiental CCU, la Compañía se esfuerza por cuidar los recursos y utilizarlos de manera responsable y eficiente.

Los indicadores incluidos en esta sección, representan los datos de CCU Chile, plantas Santiago, Temuco y Antofagasta; de CCU Argentina, plantas de Santa Fe y Salta; Viña San Pedro, planta Molina y de Embotelladora CCU, plantas de Santiago y Talcahuano. No se consideraron las instalaciones de Compañía Pisquera de Chile (CPCh), ni de Calaf, debido a su reciente incorporación a CCU.

• 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.

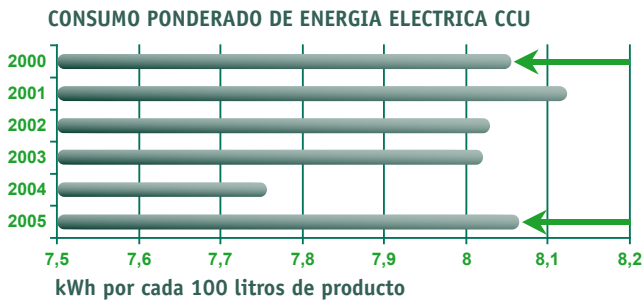
CCU ha logrado una disminución constante en la relación litro producido por litro de agua utilizada. En cinco años, la Compañía redujo el consumo de agua en 11,7%.



• **Consumo de Energía**

Asimismo, CCU busca constantemente incentivar un menor consumo de energía eléctrica dentro de sus unidades. Estos esfuerzos se han visto reflejados con una paulatina disminución del consumo de energía eléctrica.

Durante 2005, el mayor consumo de energía se debe principalmente a obras de ampliación de capacidad y puesta en marcha de nuevas instalaciones.



• **Emisión de Residuos Gaseosos**

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.

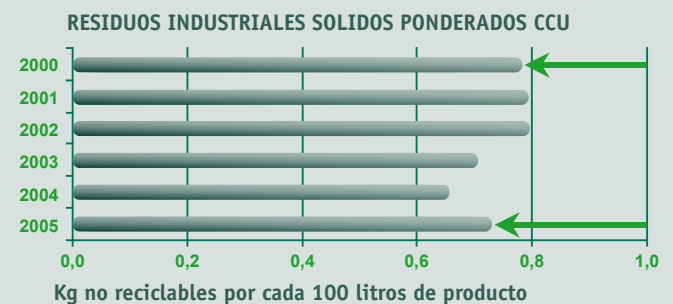
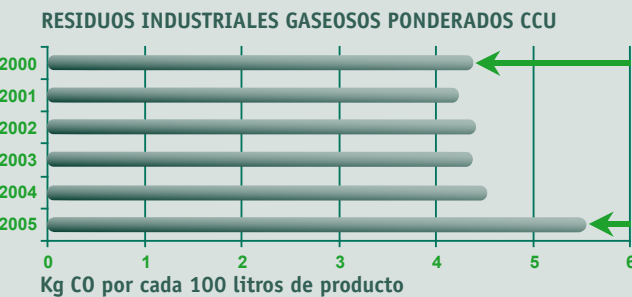
Cabe destacar que durante 2004 y especialmente en 2005, el abastecimiento de gas proveniente de Argentina sufrió recortes, por lo que la Compañía tuvo que recurrir a combustibles alternativos que generan una mayor emisión gaseosa. Por su parte, CCU está estudiando fórmulas alternativas para mantener sus índices estables a pesar de los factores externos.

• **Emisión de Residuos Sólidos**

La totalidad de los residuos sólidos industriales generados en las instalaciones de CCU se clasifican en los siguientes 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, aceites y tierras diatomeas, entre otros.

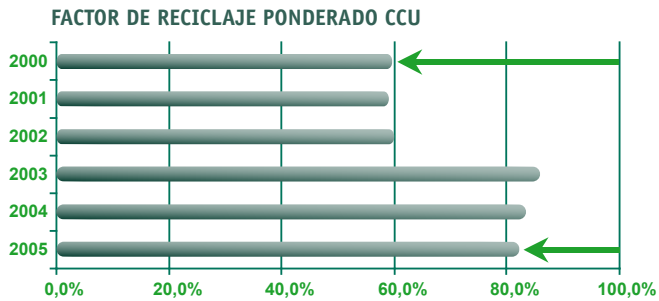
La tabla a continuación muestra la preocupación de la Compañía por disminuir los residuos sólidos no reciclables en relación con los litros producidos.



- **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 2005 la Compañía alcanzó un factor de reciclaje de 81,6%.



Los productos reciclados son comercializados con empresas que les otorgan 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.

- **Botellas Plásticas:**

La filial PLASCO fabrica las botellas plásticas que utiliza CCU, compuestas en un 100% de polietileno tereftalato, PET. Este material no es biodegradable pero es totalmente reciclable por empresas especializadas.

Plasco recupera todo el material que es desechado durante el proceso productivo de la fabricación de sus productos reutilizándolo o comercializándolo para elaboración de alfombras, tela de polar, y materiales y fibras sintéticos.



Responsabilidad Social en la Historia de CCU



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



Mejora la infraestructura habitacional de su gente en Valdivia.



Establece un servicio médico para su personal.



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



Ayuda al financiamiento del Comité Olímpico de Chile.

1850

1938

1940

1942

1944

1946

1947

1962

1964

1978

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



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



Forma la Caja de Retiro y Jubilaciones para los trabajadores.



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



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





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.



Nace la campaña de Consumo Responsable de Alcohol de la marca líder Cerveza Cristal "Si vas a beber pasa las llaves"



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

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.



Inicia las Exposiciones Itinerantes "Universitarias".



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

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

1992

1993

1994

1997

1999

2000

2002

2003

2004

2005

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, visitando en 12 años desde Arica a Punta Arenas, incluso Isla de Pascua.



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



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.

Comienza el Curso de Monitores "Educar en Familia" replicando 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.



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.



Publica "CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables".

Formaliza su "Política de Alcohol CCU". Se implementa el programa social "Team de la Alegría Bilz y Pap", promoviendo la recreación de niños hospitalizados.

Lanza la "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.

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

Reconocimientos a CCU

Nuestra Buena Reputación Corporativa

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 2001 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.

Indicadores de Sustentabilidad

Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)			
Indicador	Descripción	Nota	Pg.
Indicadores de Desempeño Económicos			
EC1	Ventas netas		12
EC2	Desglose geográfico de los mercados y cuota de mercado		12
EC6	Distribución entre los proveedores de capital		12
EC7	Aumento/ disminución de las ganancias retenidas a final del período		12
EC8	Suma total de impuestos pagados		12
EC9	Subsidios recibidos		12
EC10	Donaciones a la comunidad		12
Indicadores de Desempeño Social			
LA1	Desglose de empleados		14
LA2	Creación de empleo neta		14
LA3	Porcentaje de trabajadores representados por organizaciones sindicales		16
LA4	Política y procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados		16
LA7	Tasas de ausentismo, accidentes y daños laborales		16
LA9	Promedio de horas de formación por año y trabajador		18
LA10	Descripción de políticas o programas de igualdad de oportunidades		20
HR2	Consideración derechos humanos a la hora de elegir proveedores/contratistas		10 - 36
HR3	Políticas y procedimientos para valorar los derechos humanos en la cadena de suministros		36
HR4	Relación pormenorizada de las políticas dedicadas a evitar discriminación		20
HR5	Política de libertad de asociación y su aplicación		16
HR6	Descripción de la política de rechazo al trabajo infantil	CCU no emplea a menores de 18 años	
HR7	Descripción de la política de rechazo del trabajo forzoso	CCU rechaza el trabajo forzoso.	
SO2	Descripción de las políticas en torno a la corrupción y al soborno		8 - 27
SO4	Distinciones recibidas		46
PR1	Descripción de política sobre salud y seguridad del cliente		24
PR2	Descripción de políticas así como de mecanismo de cumplimiento referentes al etiquetado		25
PR6	Etiquetado de productos y cumplimiento de códigos no obligatorios		25
PR8	Análisis de políticas y sistemas de gestión relativos a la satisfacción del cliente		22
PR9	Descripción de políticas y códigos no obligatorios referentes a la publicidad		9 - 25
Indicadores de Desempeño Ambiental			
EN3	Consumo directo de energía	Se informa sólo energía eléctrica	42
EN5	Consumo total de agua		41
EN8	Emisiones de gases de efecto invernadero	Se informa sólo el CO2 emitido	42
EN11	Cantidad de residuos sólidos		42
EN27	Programas para proteger y restaurar ecosistemas y especies autóctonas		40
EN33	Actuación de los proveedores con relación a aspectos ambientales		36

Indicadores Pacto Global

Ambitos	Principios del Pacto Global	Relación con indicador GRI (*) o página del Informe de Sustentabilidad CCU
Derechos Humanos	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.	HR2 HR3 HR4
	Evitar verse involucradas en abusos de los derechos humanos.	HR2 HR3
Normas Laborales	Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	HR5 LA3 LA4
	La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.	HR7
	La abolición efectiva del trabajo infantil.	HR6
	La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.	HR4 LA10
Medioambiente	Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.	Pg. 38
	Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.	Pg.38 EN3 EN5 EN8 EN11
	Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.	Pg.38
Anti-Corrupción	Las empresas deben trabajar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.	S02

(*) Sólo se indican los códigos GRI que se reportan en este Informe de Sustentabilidad CCU 2005

Para mayor información:
Gerencia de Asuntos Corporativos CCU S.A.
Bandera 84, piso 6
Teléfono: (562) 4273000
www.ccu-sa.com

Diseño y Producción
Leaders

Fotografía
Carlos Quiroga / Archivo CCU

Impresión
Morgan



ABRE TU MUNDO
CCU