



ABRE TU MUNDO

CCU

Informe de Sustentabilidad CCU 2007

DIMENSION ECONOMICA / DIMENSION SOCIAL / DIMENSION AMBIENTAL

Indice

I Mensaje del Gerente General	3
II Perfil Corporativo	5
III Alcance del Reporte y Diálogo con los Públicos	10
III Dimensión Económica	14
IV Dimensión Social	18
• CCU y sus Trabajadores	20
• CCU junto a sus Clientes y Consumidores	26
• CCU, Gobierno Corporativo y Accionistas	30
• CCU en sintonía con la Comunidad	32
• CCU y sus Proveedores: Colaboración y Confianza	40
V Dimensión Ambiental	42
VI Reconocimientos a CCU	49
VII Indicadores de Sustentabilidad	50

Mensaje del Gerente General

El año 2007 fue un período de grandes logros para CCU. Uno de nuestros hitos más importantes fue el estreno del nuevo Edificio Corporativo, el que se emplaza en los mismos terrenos que hace 121 años ocupó la Fábrica de Cerveza y Hielo de Gubler y Cousiño, que dio origen a la Compañía. Construidas especialmente como una contribución histórica y arquitectónica a la ciudad de Santiago, nuestras nuevas oficinas se caracterizan por la transparencia de sus instalaciones y la cercanía que proyectan a la comunidad.

Esa misma característica es la está presente en todo nuestro quehacer y que se ve reflejada en nuestro Informe de Sustentabilidad CCU 2007, un tarea anual de transparencia y confianza hacia nuestros grupos de interés, que año a año intentamos mejorar, gracias a la retroalimentación constante que recibimos de ellos.

Esta labor de reportar nuestro desempeño, que hemos realizado durante los últimos cinco años, es muestra del esfuerzo y compromiso de la Compañía por realizar un trabajo bien hecho por el bien de las personas, en el marco de un crecimiento sostenible en lo económico, social y medioambiental. Asimismo, refleja la inclinación de todos quienes trabajamos en CCU por entender y satisfacer las necesidades e intereses de los diferentes públicos con los cuales interactúa, es decir, sus trabajadores, sus clientes

y consumidores, sus accionistas, sus proveedores y la comunidad en general.

Esta mirada es 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 Empresarial uno de nuestros principios, 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.

Por tercer año consecutivo, hemos seguido las pautas y directrices recomendadas por el Global Reporting Initiative (GRI) en la realización del Reporte de Sustentabilidad, considerando las dimensiones económica, social y medioambiental en las que se desarrolla la Compañía. A igual que en 2006, esta edición fue preparada según la versión G3, lo que contribuye a la continuidad y coherencia de la información entregada.

En lo referente al desempeño económico, 2007 fue un excelente año para CCU, lo que nos permite seguir siendo una empresa sólida, generadora de empleo, que responde a sus públicos, impactando positivamente en el país.

En lo Social, durante 2007 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, en lo referente a nuestra Dimensión Medioambiental el Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medioambiente continuó coordinando los planes y compromisos de la Compañía en estas áreas, incorporando en 2007 la gestión industrial de Calaf.

Los invito a revisar estas páginas y conocer la forma en que CCU desarrolla su negocio de manera amigable y cercana a su entorno, por la senda de la sustentabilidad.



Patricio Jottar N.
Gerente General
CCU S.A.

ESTRUCTURA CORPORATIVA





Perfil Corporativo

En 1902 se constituye CCU S.A., conformada por un grupo de cervecerías de la época, y hoy, 150 años después, es una empresa diversificada de bebidas. Con operaciones principalmente en Chile y Argentina, CCU es el mayor actor del mercado de las cervezas en Chile y el segundo cervecero en Argentina. En el segmento gaseosas, es el tercer mayor productor y el mayor embotellador de agua mineral y néctares en Chile. Asimismo, es el segundo mayor productor de vinos, uno de los mayores fabricantes de pisco y también participa en el negocio de los confites.

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

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. Sus principales accionistas al 31 de diciembre de 2007 son: Inversiones y Rentas S. A. (66,1%) - Sociedad dividida en partes iguales entre Quiñenco S. A., Holding del grupo Luksic, y Heineken-, ADR's (7,5%), AFPs (10,4%), Otros accionistas minoritarios (16%).

En 2007 CCU produjo 14,2 millones de hectolitros (HL) de bebestibles, un 6,1% superior a 2006, con los que atendió a clientes con patente de alcohol y sin alcohol del comercio minorista, integrado por supermercados, restaurantes, botillerías, almacenes, fuentes soda y otros.

Las oficinas corporativas de CCU S.A. se ubican desde mayo de 2007 en Vitacura 2670, Las Condes.

- **Las marcas de la Compañía**

Con un amplio portafolio de marcas y productos, CCU gratifica responsablemente a sus consumidores en sus diversas ocasiones de consumo.

Cervezas en Chile: En la industria de las cervezas en Chile CCU lidera el mercado con Cerveza Cristal en sus versiones Lager, Red Ale y su más reciente lanzamiento

Black Lager. Asimismo, las marcas Escudo, Royal Guard, Morenita, Dorada y Lemon Stones, junto a las cervezas internacionales, Heineken, Budweiser y Paulaner y las marcas de especialidades, Austral y Kunstmann, integran el amplio portafolio de CCU ofrece a sus consumidores.

Cervezas en Argentina: En el mercado Argentino, sus principales marcas de cerveza son Schneider, Budweiser y Heineken, las regionales Salta, Santa Fe y Córdoba, y las importadas Corona, Guinness y Negra Modelo.

Gaseosas: A través de su filial ECCU, CCU produce y comercializa Bilz y Pap, Kem y Kem Xtreme, además de las marcas licenciadas de PepsiCo, 7Up, Pepsi, la bebida isotónica Gatorade y la energética Adrenaline–Rush, y en la categoría del té helado, Lipton Ice Tea. Asimismo, gracias al contrato de licencia con Schweppes Holdings Limited, CCU cuenta con las marcas Crush, Limón Soda, Canada Dry Ginger Ale y Agua Tónica.

Néctares y Jugos: A través de Promarca, propiedad compartida en partes iguales por Watt's S.A. y CCU, la Compañía participa en el mercado de los jugos, néctares, bebidas en base a fruta y bebidas lácteas, con las marcas Watt's, Icefrut, YoguYogu y Shake a Shake, respectivamente.

Aguas: En su portafolio de aguas minerales CCU cuenta con las marcas Cachantun, Mas de Cachantun y Porvenir.

Pisco y Ron: En el segmento de los destilados, a través de su filial Compañía Pisquera de Chile, CCU produce y comercializa las marcas Ruta Norte, La Serena, Campanario, Control C, Mistral y Tres Erres. En la categoría cóctel cuenta con Ruta Sour, Ruta Sour Pica, Ruta Sour Mango, Ruta Sour Berries, Campanario Sour, Campanario Pica, Campanario Mango y Campanario Berries. Adicionalmente, durante 2007 CCU ingresó a la categoría del Ron con Sierra Morena.

Vinos: En el segmento vitivinícola, CCU participa a través de su filial VSP Wine Group, que reúne a Viña San Pedro Doméstico, Viña San Pedro Exportaciones, Viña Santa Helena, Viña Altaïr, Viña Tabalí, Viña Leyda y Finca La Celia, en Argentina. Cada una de estas viñas comercializa sus portafolio de marcas, llegando a más de 50 países en el mundo.

Confites: A través de Calaf, CCU ingresa al negocio de los confites en 2004, con las marcas Suny, In-Kat, EL Alfajor, Safari, Cremolate, Ricolate y las galletas Duetto, entre otros. En octubre de 2007, Calaf adquiere la marca de cereales Natur, con la que inicia su ingreso a la categoría de los productos naturales.

Cervezas en Chile	Cerveza Cristal, Escudo, Royal Guard, Morenita, Dorada, Lemon Stones, Heineken, Budweiser, Paulaner, Austral y Kunstmann.
Cervezas en Argentina	Schneider, Budweiser, Heineken, Salta, Santa Fe, Córdoba, Corona, Guinness y Negra Modelo.
Gaseosas y Té Helado	Bilz, Pap, Kem, Kem Xtreme, 7Up, Pepsi, Gatorade, Adrenaline–Rush, Crush, Limón Soda, Canada Dry Ginger Ale y Agua Tónica.
Jugos, Néctares y Bebidas lácteas	YoguYogu, Shake a Shake, Icefrut y los jugos y néctares Watt's.
Aguas	Cachantun, Mas de Cachantun y Porvenir.
Licores	Ruta Norte, La Serena, Campanario, Control C, Mistral, Tres Erres, y Ron Sierra Morena.
Vinos	Gato, 35 Sur, Castillo de Molina, Las Encinas, Santa Helena, Cabo de Hornos, 1865, Selección del Directorio, Tabalí, Leyda, Altaïr, Sideral, La Celia, la Consulta.
Cereales y Confites	Calugas Suny, In-Kat, EL Alfajor, Safari, galletas Duetto, y cereales Natur.



CCU cuenta con un amplio portafolio de marcas para gratificar responsablemente a sus consumidores en sus diversas ocasiones de consumo.

• **Estructura Corporativa**

En CCU trabajan más de 4 mil 500 personas que desarrollan sus labores en alguna de unidades de la Compañía: Unidades Estratégicas de Negocio (UEN), Unidades de Apoyo Corporativo (UAC) y Unidades Estratégicas de Servicio (UES).

Las Unidades Estratégicas de Negocio son: Cervecera CCU Chile, Cervecera CCU Argentina, Embotelladora CCU, Viña San Pedro S.A., Cervecería Austral S.A., Compañía Cervecera Kunstmann y Calaf S.A. Su trabajo se centra en Producción, Ventas y Marketing de los distintos productos de la Compañía, buscando satisfacer las necesidades de consumidores y clientes.

Las Unidades de Apoyo Corporativo, en tanto, entregan servicios corporativos a todas las UEN en las áreas de Contraloría, Administración y Finanzas, Operaciones, Desarrollo e Investigación de Mercado, Recursos Humanos, Asuntos Legales y Asuntos Corporativos.

A su vez, las Unidades Estratégicas de Servicio de CCU están conformadas por Transportes CCU Ltda. y la Fábrica de Envases Plásticos PLASCO S.A., las que proporcionan a las UEN servicios estratégicos especializados en torno a la logística y distribución de sus productos en todo Chile y la producción de envases, respectivamente.

Diseño Corporativo			
	Unidades Estratégicas de Negocios (UEN)	Unidades de Apoyo Corporativo (UAC)	Unidades de Servicio (UES)
Funciones Principales	Producción Marketing Venta	Servicios Compartidos Transaccionales No Transaccionales Servicios Corporativos	Servicios Compartidos
Unidades Principales	CCU Chile ECCUSA Viña San Pedro CCU Argentina Compañía Pisquera de Chile Aguas CCU-Nestlé Otras: Austral, Kunstmann, Calaf, Promarca	Administración y Finanzas Contraloría Legal Recursos Humanos Asuntos Corporativos Desarrollo Ingeniería	Transportes CCU PLASCO

2-MISION, VISION, PRINCIPIOS Y PILARES ESTRATEGICOS

En el marco del desarrollo de su Plan Estratégico 2008-2010, CCU reformuló su Visión y Misión, con el objetivo de responder de mejor manera a los nuevos desafíos planteados por la Compañía. Este nuevo enfoque comenzará a utilizarse a partir de 2008:

Adicionalmente, CCU avanza y se desarrolla guiada por cuatro principios:

1. Para CCU la **Innovación** parte por un conocimiento íntegro de sus consumidores, con el objetivo de adelantarse a sus intereses, necesidades y expectativas. La Compañía busca innovar continuamente en sus negocios, productos y empaques
2. CCU tiene un compromiso con la **Calidad**, por lo que aspira a la excelencia operacional en cada uno de sus procesos, comprometiéndose con el trabajo bien hecho. Dicho principio se ve reflejado en la excelencia en el servicio a sus clientes, en la calidad y confianza que imprime en todos sus desarrollos, y en las mejores prácticas de su gestión. En esta línea, CCU cuenta con un Proceso Directivo de Calidad que permite alinear e inspirar a toda la organización bajo un concepto integral de calidad, que de manera transversal apoya el Plan Estratégico de toda la Compañía.

3. La **Responsabilidad Social** Empresarial es parte integral de su visión de negocios. En este sentido, CCU se compromete con la difusión del consumo responsable de sus productos, el desarrollo de valores positivos que promuevan el bienestar de la comunidad como la cultura, el deporte y la educación, y establece una comunicación honesta hacia la comunidad.
4. CCU se relaciona con sus públicos buscando ser un referente en **Acción Inspiradora**. La Compañía busca inspirar a su gente a dar lo mejor de sí misma, promoviendo su desarrollo integral. A su vez, guía al consumidor a decidir libre, informada y responsablemente entre una gran gama de opciones de calidad, conforme a su estilo de vida, y se compromete con el negocio de sus clientes, potenciando sus capacidades y trabajo conjunto para su crecimiento y prosperidad.

En CCU nos gusta el trabajo **bien hecho**, por el **bien de las personas**.

Y nos hemos propuesto como **misión**, **gratificar responsablemente** a nuestros consumidores, en todas sus **ocasiones de consumo**, mediante **marcas de alta preferencia**.

CCU desarrolla su negocio basada en tres orientaciones estratégicas:

- **Rentabilidad:**
Maximizar el valor de los negocios en su dimensión actual: a) Optimizando márgenes directos, reduciendo gastos, y generando excelencia operacional en todos sus procesos, y
b) Optimizando el capital empleado.
- **Crecimiento:**
Incrementar la dimensión actual del valor de los negocios:
a) En los negocios actuales, vía nuevos productos, atender nuevas necesidades, nuevos canales, nuevas ocasiones de consumo, y quitarle mercado a la competencia, o
b) 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 que se mantengan más allá del período de planificación:
a) A nivel interno, esto es el capital humano, el valor de sus marcas, el capital físico y cualquier otro activo, tangible o intangible alojado al interior de la Compañía, y
b) A nivel externo, esto es el conocimiento y la relación con sus grupos de interés.

3-POLITICAS Y NORMATIVAS DE CCU

Diversas son las políticas y reglamentos que orientan el actuar de quienes trabajan o se relacionan de algún modo con CCU en sus distintas actividades.

Dichos documentos están contenidos en la “Biblioteca de Políticas y Procedimientos”, que se implementó en 2006 en la Intranet de la Compañía, con el objetivo de que todo el personal pueda acceder a ellos. Los más de 1.800 documentos que se encuentran publicados son revisados y actualizados anualmente, proceso que junto con la incorporación de nuevo material, se ha realizado sistemáticamente durante 2007.

a) Código de Conducta en los Negocios

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

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

- Principios y valores generales de la Compañía
- Cumplimiento de la ley y normas reglamentarias

- Conflictos de interés
- Exactitud de la información
- Información confidencial
- Información privilegiada
- En relación con la competencia
- En relación con los clientes
- En relación con los proveedores
- En relación con la comunidad y el medio ambiente
- Políticas contables
- Independencia de los auditores externos
- Conducta y deberes del Directorio y ejecutivos principales
- Controles internos
- Del fraude
- Procedimiento de denuncias
- Comité de Conducta en los Negocios
- Comité de Divulgación

Con el propósito de contribuir al conocimiento y entendimiento de este documento, en 2007 CCU realizó el “Curso Código de Conducta en los Negocios”, en formato e-learning a través de la Intranet, en el que participaron en una primera instancia los trabajadores corporativos de la Compañía, y próximamente se hará extensivo al resto del personal en filiales y coligadas. Esta herramienta permite certificar la participación y los resultados del proceso de aprendizaje a través de evaluaciones en cada módulo del curso.

Un mayor detalle en relación a los ámbitos del Código de Conducta en los Negocios

de CCU, como el Procedimiento de Denuncias, el Comité de Conducta en los Negocios y el Comité de Divulgación, se encuentra en el capítulo “CCU, Gobierno Corporativo y sus Accionistas” de este Reporte.(pág. 30).

b) Política Medioambiental CCU

Todas las actividades y procesos productivos de CCU buscan operar en armonía con el medioambiente, la eficiencia energética y la optimización de los recursos. Para regular dichas acciones se estableció la Política Medioambiental CCU.

Ver Dimensión Medioambiental en página 44.

c) Política de Alcohol CCU

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

A través del documento “Política de Alcohol CCU”, la Compañía orienta a todos sus colaboradores en el fiel cumplimiento de las normas relativas a los productos con alcohol.

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.

d) CCU: Código sobre Comunicaciones Responsables

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

Ver capítulo: CCU Junto a sus Clientes y Consumidores en página 26.

Política de Alcohol CCU:

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

4-CCU Y EL PACTO GLOBAL

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

Nacido en 2000, el Pacto Global convoca a las empresas a que adopten diez principios universales.



Los Diez Principios del Pacto Global:

<p>Derechos Humanos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional. 2. Evitar verse involucradas en abusos de los derechos humanos. 	<p>Medioambiente</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
<p>Normas Laborales</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 	<p>Anti-Corrupción</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Trabajar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

5-MEMBRESIAS

CCU participa en diversas asociaciones o gremios tanto en ámbito industrial, publicitario y comercial del sector privado y también del sector público:

Entre ellas se encuentran Asociación de Cerveceros Latinoamericanos, Asociación de Cerveceros de Chile (ACECHI),

Viñas de Chile (a través de Viña San Pedro), Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANBER), Asociación Chilena de Empresas de Bebidas Espirituosas Pro Consumo Responsable (APROCOR), Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), Acción RSE, Generación Empresarial,

Cámara Chileno Norteamericana de Comercio (AMCHAM), Cámara Chileno Croata, Comisión Nacional de Educación de Tránsito (CONETRA), y Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito (CONASET).



Informe de Sustentabilidad CCU 2007

Alcance del Reporte y Diálogo con los Públicos



CCU se relaciona y a la vez da respuesta a las demandas y necesidades de los públicos con los que interactúa, a través de líneas de acción en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial, concepto que forma parte integral de su estrategia de negocios.

1- PARAMETROS DEL REPORTE

A partir de 2003, CCU reporta anualmente a través de su Informe de Sustentabilidad, las actividades que desarrolla con sus distintos públicos.

El Reporte de Sustentabilidad CCU es editado en conjunto con la Memoria Anual de la Compañía. Ambas se entregan en la Junta General de Accionistas de la Compañía que en 2007 tuvo lugar el 18

de abril. A partir 2005, éste también se comenzó a publicar en forma individual.

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 2007.

Para más información, referirse a:

Gerencia Asuntos Corporativos CCU

Tel: 427 3000

Fax: 427 3222

Correo electrónico:
ccu@ccu.cl

Dirección:
Vitacura 2670, Las Condes.

2- DEFINICION DE LOS CONTENIDOS DEL REPORTE

a) Determinación de la relevancia

El proceso de definición de los contenidos del Reporte de Sustentabilidad CCU se realizó analizando los intereses y expectativas de los públicos con los que CCU se relaciona. Asimismo, se consideraron aspectos internos de la Compañía como la misión y visión, sus principios, pilares estratégicos y compromisos, así como las políticas y códigos de CCU.

De acuerdo a la guías del Global Reporting Initiative, el presente reporte se estructura a través de la Dimensión Económica, Social y Medioambiental, así como también de acuerdo a los públicos con los que la Compañía interactúa, reportando la

relación con sus trabajadores, clientes y consumidores, accionistas, comunidad y proveedores, en cada uno de sus capítulos.

b) Cobertura

Para la elaboración de este reporte se consideró el ejercicio 2007 de CCU y sus filiales que consolidan, es decir, que entregan sus resultados al balance de CCU tanto en Chile como en Argentina.

c) Aplicación Indicadores

Además de los criterios que provee el Global Reporting Initiative (GRI), se utilizaron otros indicadores que la

Compañía considera para sus propias mediciones:

- Para la Dimensión Ambiental se utilizaron los datos generados por el Proceso Directivo de Calidad y Medioambiente, modelo que sistematiza y homologa los indicadores medioambientales de las distintas plantas de la Compañía.
- Para la Dimensión Económica, se analizaron los datos de la Memoria Anual CCU.
- Para la Dimensión Social se recopiló información de distintos modelos de gestión de la Compañía.

3- CAMBIOS SIGNIFICATIVOS

En 2007 no se registraron cambios significativos en la estructura corporativa o naturaleza del negocio en relación con 2006. Tampoco se modificó el período informativo del reporte.

Asimismo, el reporte del desempeño social, económico y medioambiental de CCU, se realizó de acuerdo a la misma versión del

Global Reporting Initiative utilizada en 2006, lo que contribuye a la continuidad y coherencia en el tiempo de la información entregada, tanto en contenido como en forma, haciendo posible la comparación de los datos.

Para posibilitar su difusión en la comunidad, además de la edición en papel, el Reporte

de Sustentabilidad CCU es publicado en el sitio de Internet de la Compañía www.ccu-sa.com y en la página web de Relación con Inversionistas <http://inversionistas.ccu-sa.com>, donde se pueden encontrar los documentos de años anteriores y la Memoria Financiera.

4- INDICE DEL CONTENIDO GLOBAL REPORTING INICIATIVE (GRI)

El índice con los temas que integran el presente reporte se encuentra en la página 2 de esta publicación.

De la misma manera, la tabla de contenidos de indicadores del GRI reportados en este informe está detallada en la página 50.

5-CONVERSANDO CON SUS PUBLICOS

CCU se relaciona y a la vez da respuesta a las demandas y necesidades de los públicos con los que interactúa, a través de líneas de acción en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial, concepto que forma parte integral de su estrategia de negocios.

Construida sobre la base de la sustentabilidad, que busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de futuras generaciones de satisfacer las suyas, la RSE para la Compañía es la respuesta ética, operativa y sistemática hacia sus stakeholders: comunidades, consumidores,

comunidad, socios comerciales, proveedores, autoridades e instituciones.

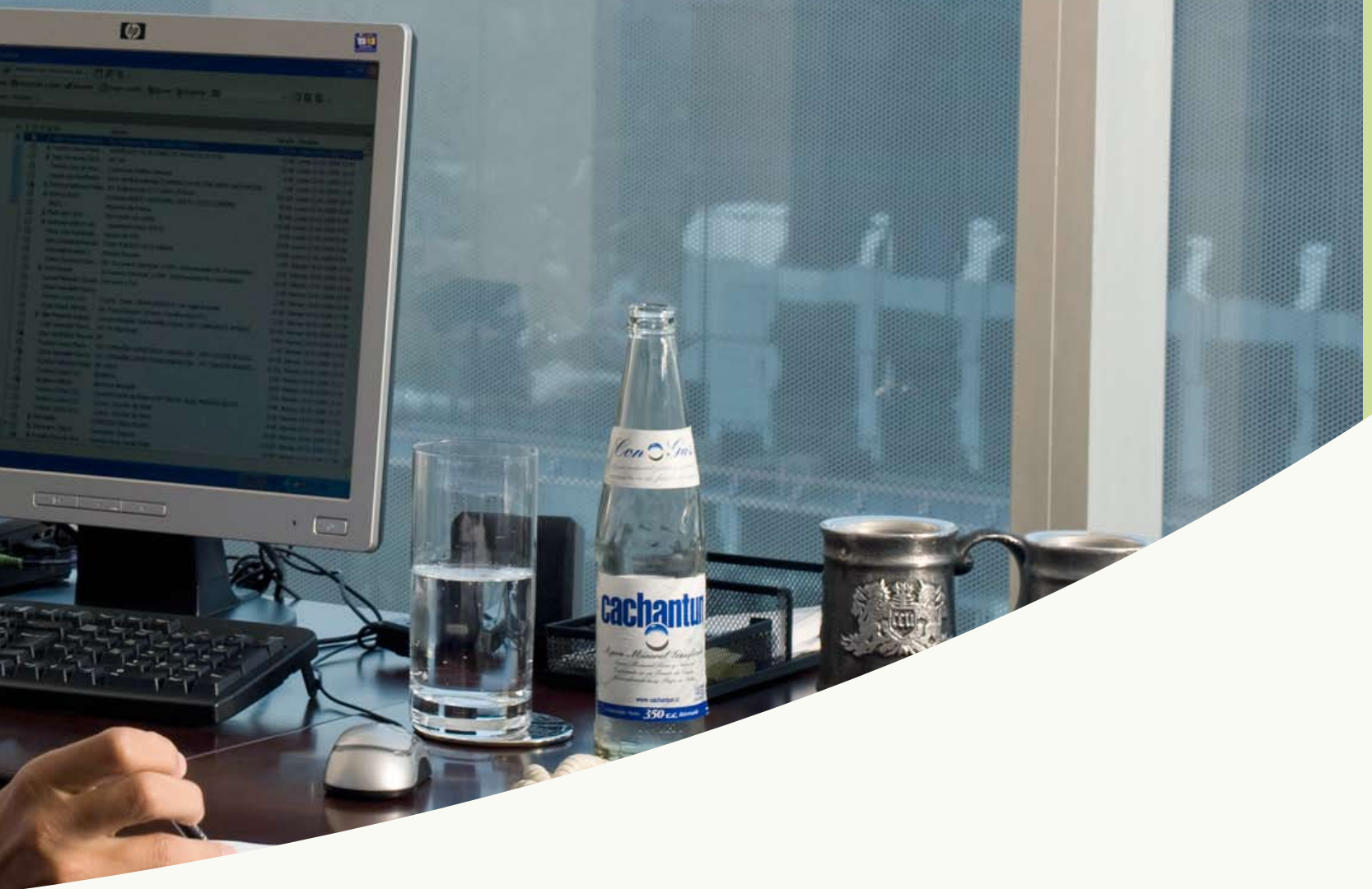
Las actividades y programas de CCU con sus diversos públicos se detallan en los siguientes capítulos:





Informe de Sustentabilidad CCU 2007

Dimensión Económica



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 en general.

La Compañía da a conocer públicamente sus resultados de manera trimestral y además, en abril, publica su Memoria Anual 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 2007. Los volúmenes consolidados anuales alcanzaron 14,2 millones de hectolitros (HL), los ingresos por ventas crecieron 7,2% llegando a \$628.284 millones, el resultado operacional aumentó 18,5%, totalizando \$101.384 millones y el EBITDA se incrementó 12,2% alcanzando \$146.791 millones.

La utilidad neta aumentó 32,1%, desde \$59.964 millones en 2006 hasta \$79.199 millones en 2007, principalmente como consecuencia de los mejores resultados operacional y no operacional.

VENTAS EN MILLONES DE PESOS POR SEGMENTO

	Cervezas en Chile		Cervezas en Argentina		Gaseosas y Agua Mineral		Vino		Licores		Otros	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Productos principales	244.012	229.492	68.191	61.516	172.042	160.831	80.795	77.291	39.117	35.674	10.837	10.805
Otros productos	4.388	4.275	1.078	568	903	771	6.207	4.597	714	365	0	0
Total	248.399	233.767	69.269	62.084	172.945	161.602	87.003	81.888	39.832	36.040	10.837	10.805
% cambio	6,3%		11,6%		7,0%		6,2%		10,5%		0,3%	

• VALOR ECONOMICO GENERADO

VALOR ECONOMICO DISTRIBUIDO EN MILLONES DE \$

Costos de explotación	295.282
Gastos de administración y ventas	231.618
Pagos a inversionistas	37.851
Impuestos	16.668
Donaciones a la comunidad	371

- **Inversionistas:** CCU cuenta con una política de dividendos que reparte como mínimo el 50% de las utilidades líquidas del año. Durante 2007 entregó dividendos por \$35.870 millones a sus accionistas, correspondientes a las utilidades de 2006.

- **Donaciones a la Comunidad:** CCU destinó durante 2007 recursos con fines sociales y deportivos, a proyectos educacionales, institutos profesionales, universidades y a instituciones culturales, equivalentes a \$371 millones.

Adicionalmente, a través de sus marcas Cerveza Cristal, Agua Mineral Cachantun, Pepsi, Pisco Campanario, y Calaf, CCU realizó una donación de \$352.544.632 a la Teletón que se realizó en 2007.

Las utilidades retenidas aumentaron \$37.851 millones al final del período.

• BALANCE GENERAL CONSOLIDADO

- **Impuestos:** Durante el período que cubre este documento, CCU pagó en impuestos en Argentina y Chile un total de \$16.668 millones, un 9,0% más que en 2006, explicado por el aumento en el resultado operacional y no operacional.

BALANCE GENERAL CONSOLIDADO	2007
Total Activo Circulante	334.405
Total Activo Fijo	393.981
Otros Activos	98.230
TOTAL ACTIVO	826.616
Total Pasivo Circulante	150.715
Total Pasivo a Largo Plazo	219.511
Interés Minoritario	54.594
Total Patrimonio	401.796
TOTAL PASIVO	826.616



• **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).

• **AYUDAS FINANCIERAS SIGNIFICATIVAS RECIBIDAS DE GOBIERNOS**

La Compañía se acoge a beneficios del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) y 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**

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

PARTICIPACIONES DE MERCADO 2007								
Cervezas en Chile	Cervezas en Argentina	Gaseosas	Agua Mineral	Néctares Embotellados	Vino Doméstico	Vino Exportación Envasado	Pisco	Ron
87%*	16%	23%	69%	56%	19%	11%	46%	4%

* Estimación Cierre 2007

• **RELACION PROVEEDORES LOCALES VS. EXTRANJEROS**

La Compañía cuenta con más de 10 mil proveedores locales en los países en los que opera, los que representan el 93% del total de empresas con las que se abastece.

Para más detalles referirse al capítulo "CCU y sus Proveedores", pag. 40.

• **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.





Informe de Sustentabilidad CCU 2007

Dimensión Social



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 el desarrollo de programas que transmiten valores positivos a la Comunidad, han sido durante 150 años los principios que guían el desarrollo sustentable de CCU.

CCU Y SUS TRABAJADORES

1-LOS TRABAJADORES, EL MOTOR DE CCU

En CCU trabajan más de 4 mil 500 personas que constituyen el motor de desarrollo de la Compañía, comparten la convicción por un trabajo bien hecho, y son el capital esencial para mantener y acrecentar el liderazgo de CCU en el mercado.

Por su parte, Calaf S.A. cuenta con una dotación de 324 personas, Cervecería Austral S.A. 37, Viña Tabalí S.A. 65, y Promarca -Alianza entre CCU y Watt's S.A. cuenta con dos trabajadores.

La antigüedad media de empleados en CCU es de 9 años.

DOTACION DE CCU Y SUS FILIALES POR NIVEL, A DICIEMBRE DE 2007				
	Gerentes	Ejecutivos y Profesionales	Empleados y Operarios	Total General
Matriz (CCU S.A.)	22	267	109	398
CCU Chile	10	171	591	772
ECCUSA	5	111	672	788
Aguas CCU Nestlé	1	5	114	120
VSP *	16	164	595	775
CPCh	6	47	158	211
CCU Argentina	6	349	192	547
Plasco	2	11	108	121
Transportes CCU	2	48	585	635
Comercial CCU	1	37	156	194
Kunstmann	1	1	69	71
Total	72	1.211	3.349	4.632

* VSP incluye Viña San Pedro, Santa Helena, Altaír y Finca La Celia.

2-BENEFICIOS PARA LOS TRABAJADORES

El compromiso de CCU con los trabajadores y sus familias se materializa más allá de su remuneración mensual, a través de una serie de beneficios que les permiten mejorar su calidad de vida. Aproximadamente 3.000 trabajadores gozan de asignaciones, bonos y aguinaldos en determinadas épocas del año. Aquellos que trabajan en turnos con poca circulación de transporte público,

disponen de movilización de acercamiento al lugar de trabajo. Adicionalmente 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 época de Navidad, CCU realiza una gran fiesta familiar donde

se invita a los trabajadores de todas las unidades de la Compañía y a sus familias. En 2007 se realizó en Fantasilandia y asistieron más de 6 mil 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 2007		
Programa	Descripción	Nº de Beneficiarios (a diciembre de 2007)
Asignación de escolaridad	Cantidad de dinero otorgada al trabajador de acuerdo a los hijos que acrediten cursar algún nivel de escolaridad.	2.915
Bono feriado	Cantidad de dinero otorgada al trabajador cuando hace uso de a los menos 10 días de vacaciones.	2.915
Aguinaldo Fiestas Patrias y Navidad	Beneficio en dinero durante las Fiestas Patrias y de Navidad.	2.915
Bono Movilización	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su traslado al lugar de trabajo.	2.915
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.	3.813
Vestuario de trabajo	Vestuario otorgado por la empresa según la naturaleza de las labores.	3.121
Fiesta de Navidad familiar	Beneficio que entrega a los funcionarios y sus familias con motivo de la Navidad.	3.887
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.	3.887
Regalo de canasta familiar	Beneficio que busca compensar los gastos en que incurre el trabajador durante las Fiestas Navideñas.	3.887
Bonos matrimonio (dinero y días de vacaciones)	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su matrimonio.	2.783
Gastos de fallecimiento familiar directo	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo del fallecimiento del algún familiar directo.	2.884
Seguro de Vida	Cantidad de dinero (Prima) pagada por la empresa a las compañías de seguros por cada trabajador.	2.768
Asignación de natalidad	Cantidad de dinero otorgada por motivo del nacimiento de un hijo del trabajador.	2.783
Servicio de bienestar	Cantidad de dinero pagada por la empresa a los Servicios de Bienestar por cada trabajador.	2.356
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.	3.168

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. En Chile, alrededor de un 61% de la dotación de la Compañía está sindicalizada y existen actualmente 43 sindicatos.

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-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

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

ANALISIS CLIMA ORGANIZACIONAL CCU S.A. Y SUS FILIALES						
	% de Satisfacción Laboral					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Matriz (CCU S.A.)	66%	76%	79%	78%	78%	82%
CCU Chile	69%	70%	76%	75%	83%	80%
ECCUSA	67%	69%	69%	66%	65%	67%
VSP	63%	68%	66%	67%	66%	67%
CPCh	N/D	N/D	N/D	71%	78%	74%
CCU Argentina	67%	63%	73%	71%	71%	73%
Plasco	68%	69%	63%	70%	64%	67%
Transportes CCU	68%	69%	72%	68%	73%	70%
Comercial CCU	N/D	N/D	N/D	N/D	78%	74%
Consolidado	67%	69%	72%	70%	72%	72%

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”.

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

En CCU las mujeres participan en la mayoría de las actividades de la Compañía. De las empresas que consolidan, la participación es mayor en CCU S.A. (26%), mientras que la más baja es en Transportes CCU (1%) por las características del trabajo que desarrolla esa filial.

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

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

Distribución Porcentual de Trabajadores de CCU y sus Filiales, por género, a Diciembre de 2007

	% Mujeres	% Hombres
Matriz (CCU S.A.)	26	74
CCU Chile	11	89
ECCUSA	7	93
Aguas CCU Nestlé	6	94
VSP	24	76
CPCh	12	88
CCU Argentina	9	91
Plasco	3	97
Transportes CCU	1	99
Comercial CCU	4	96
Kunstmann	27	73
Total	11	89



5-PREVENCIÓN DE RIESGOS

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

INDICE DE ACCIDENTABILIDAD					
Empresa	Promedio de trabajadores (*)	N° de accidentes	Días perdidos	Tasa de Accidentabilidad	Tasa de Riesgo o Siniestralidad
Matriz (CCU S.A.)	425	2	4	0,47	0,94
CCU Chile	827	30	504	3,60	61,00
ECCUSA	998	51	501	5,11	50,19
VSP	1.363	17	387	1,25	28,40
CPCh	338	20	246	5,90	72,78
CCU Argentina	687	47	904	6,84	131,62
Plasco	126	6	60	4,76	47,62
Transportes CCU	700	24	208	3,40	29,70
Comercial CCU	200	9	123	4,50	61,47
Kunstmann	70	12	72	17,14	102,86
Total	5.734	218	3.009	3,80	52,48

Tasa de Accidentabilidad = N° 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 2007

• Comentarios a nivel consolidado

La Compañía a nivel consolidado disminuyó las tasas de Accidentabilidad y Siniestralidad en el año 2007 respecto al año 2006, considerando la misma base comparativa, y excluyendo los indicadores de Cervecería Kunstmann en el 2007 ya que no se incluían en el año anterior.

La principal mejora se refleja en la disminución de la tasa de riesgo producto de un menor número de 173 días perdidos totales en comparación al año anterior. Esta situación es favorable por su tendencia, lo que podría significar eventuales futuras reducciones en la

cotización adicional de las empresas filiales nacionales.

• Comentarios por Unidad

CCU S.A. Los resultados obtenidos el año 2007 han disminuido notablemente con respecto al año 2006, la Tasa de Accidentabilidad ha demostrado una disminución del 74% y la Tasa de Riesgo se observa una disminución de casi un 100%.

La gestión de prevención de riesgos realizada ha sido liderada principalmente por el Comité Paritario de Higiene y Seguridad, el cual mantiene planes de trabajo incorporando a todos los niveles de la organización.

CCU CHILE Los resultados del 2007 prácticamente se han mantenido con respecto al año 2006, disminuyendo levemente la frecuencia de los accidentes. Durante el año 2007 se elaboraron planes de trabajo, que incluían actividades tales como: análisis de peligros, capacitación sobre los riesgos a los cuales los trabajadores se encuentran expuestos, difusión y aplicación de planes de emergencias, además se implementó la gestión de salud y prevención de riesgos, dirigida a las empresas contratistas y subcontratistas, conforme a las disposiciones vigentes de la ley de subcontratación.

Los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad aplicaron durante el año 2007 programas motivacionales con el objetivo de difundir la prevención de riesgos a través de campañas que tienen como finalidad mantener presente la preocupación por el trabajo seguro en el quehacer diario de todos los integrantes de la organización.

ECCUSA Embotelladoras CCU (ECCUSA) durante el año 2007 logró disminuir la Tasa de Accidentabilidad y de Siniestralidad de 5,75



a 5,11 y de 83,55 a 50,19 respectivamente, en comparación al año 2006.

Estas disminuciones, tanto en el número de accidentes y en los días perdidos asociados a ellos, se deben fundamentalmente al trabajo en equipo y a una activa colaboración del personal en las diferentes actividades del programa preventivo.

Los indicadores obtenidos permitieron obtener una rebaja en la tasa cotización adicional para el periodo comprendido entre Enero 2008 y Diciembre 2009.

VIÑA SAN PEDRO Viña San Pedro continúa con su preocupación por la salud y seguridad de todo el personal que trabaja en sus instalaciones. Esto incluye al personal propio como al externo que trabaja para las empresas contratistas.

Esta preocupación se manifiesta no sólo en la no ocurrencia de accidentes graves, si no que a través de la supervisión diaria de todas las actividades, la aplicación de exigentes estándares de seguridad para trabajos considerados como no tolerables y las continuas mejoras que se realizan a través de la supervisión de línea de las plantas y el área de prevención de riesgos.

En la evaluación del decreto N° 67 sobre rebajas de cotización adicional cabe señalar que Viña San Pedro logra mantener su cotización adicional en cero al igual que Viña Altair. En el caso de Viña Santa Helena sube su cotización adicional desde cero a 0,34. Finalmente, Viña Tabalí - Leyda ha logrado rebajar su cotización adicional desde 2,55 a 0,34.

En el mes de Diciembre de 2007 se logra la recertificación de la norma OHSAS 18.001 para Planta Molina. Esta certificación fue otorgada nuevamente por la empresa BVQI.

Respecto a las tasas de accidentabilidad y siniestralidad se destaca favorablemente Viña Santa Helena con un cero % en ambos indicadores.

Respecto a las tasas de accidentabilidad y siniestralidad de San Pedro Wine Group, la de accidentabilidad es de 1,25%, muy por debajo de la tasa promedio de empresas asociadas a ACHS, que llega aun 6,5% y respecto a la tasa de siniestralidad es de 28,4, la que también se encuentra bajo la tasa promedio de empresas asociadas a ACHS, que llega a 106.

COMPAÑIA PISQUERA DE CHILE En el periodo correspondiente al año 2007, la planta de Salamanca fue reconocida por la Mutual de Seguridad por haber cumplido 8 años sin accidentes con tiempo perdido (CTP).

Planta Sotaqui y Monte Patria, han cumplido un año sin accidentes, trabajando en equipo para disminuir las desviaciones que puedan atentar contra la salud, seguridad y la protección ambiental de la empresa.

Respecto a los indicadores, durante el año 2007, hubo un aumento en el número de eventos y el tratamiento de las incapacidades temporales en el área de ventas y envasado. El desafío a futuro es disminuir los accidentes y trabajar en las mejoras del Programa de Prevención y Control de Riesgos.

CCU ARGENTINA Si bien es cierto que el resultado de la siniestralidad disminuyó respecto al año anterior, se advierte una clara mejoría en la línea de envasado elegida como piloto del programa OCA (Optimización de la Cadena de Abastecimiento) en Planta Santa Fe, situación que hace suponer que al ir sumándose áreas y sectores al mismo programa, la siniestralidad se reducirá aún más en el futuro.

En el año 2007 se ha continuado con la ampliación de los sistemas de control de emergencias como por ejemplo la red de

incendio de Planta Santa Fe, la incorporación de una central inteligente de detección de principios de incendio, optimización de la red de agua de Planta Salta, y la compra de equipos de respiración autónomos para ambas plantas entre otras mejoras.

Para el año 2008 se han programado diferentes acciones en materia de prevención de riesgos, entre ellas, la incorporación de la gestión de prevención de riesgos en la evaluación de desempeño de los supervisores, preparar la certificación de la norma OSHAS 18000, la incorporación progresiva del Tracc SHE a los pilotos OCA y la creación de los Comités de Seguridad conformados conjuntamente por supervisores y trabajadores..

PLASCO El año 2007 se disminuyó el número de días perdidos respecto al anterior, mejorando notablemente la tasa de siniestralidad, la que se redujo de 226,05 a 47,62.

Respecto a la tasa de accidentabilidad, ésta disminuyó levemente dado que se mantuvo el N° de accidentes respecto a igual periodo.

TRANSPORTES CCU Como resultado de la gestión de prevención, cabe señalar que la tasa de accidentabilidad comparada con el año 2006 se redujo considerablemente, fundamentalmente producto de la labor ejercida por los Comités Paritarios, y el avance experimentado en el Programa de Auditoría de Empresa Competitiva que se realiza a nivel nacional e integrado con la Mutual de Seguridad.

COMERCIAL CCU S.A. En Comercial CCU, recién conformada el 2006, se implementó durante el año 2007 un programa de prevención de riesgos, centrado principalmente en las siguientes actividades críticas: Formación y funcionamiento permanente de Comités Paritarios en los distintos centros de trabajo y Capacitación al personal de ventas en la prevención de riesgos por el desarrollo de las labores propias de la fuerza de ventas, para controlar y disminuir la ocurrencia y criticidad de los accidentes.

6-PROMOVIENDO EL DESARROLLO DE LOS TRABAJADORES

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 de la Compañía.

- En Chile, durante 2007, las actividades de capacitación significaron 70.655 horas

hombre, totalizando 3.698 participantes, lo que representa una inversión total de \$315.506.075. Se dictaron 696 cursos; técnicos en procesos productivos, tecnología, ventas y gestión comercial, especialización administrativa, desarrollo de equipos de alto desempeño, entre muchos otros.

- En 2007 en Argentina se realizaron 5.411 horas de capacitación, de las cuales 1.014 horas 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.

- Durante el año 2007 Viña San Pedro desarrolló distintas acciones de capacitación totalizando 14.955 horas, y una participación de 743 trabajadores. Dichas capacitaciones implicaron una inversión de MM\$ 75.14, lo que representa un 153.8% respecto al año anterior. Las acciones se orientaron principalmente al área industrial, agrícola, administrativa y de recursos humanos.

Hechos destacables en capacitación durante 2007:

- Un intenso programa de capacitación en la Norma ISO 22.000 se realizó en plantas de cervezas, gaseosas y aguas minerales en Chile. La Norma ISO 22.000 corresponde a un nuevo estándar internacional, diseñado para asegurar la inocuidad de los alimentos en toda la cadena alimenticia. En la actividad participaron más de 400 trabajadores los que adquirieron las competencias para desarrollar una gestión sistémica para el control de peligros sobre la seguridad alimentaria, con una base válida para la toma de decisiones.
- Transportes CCU realizó la Certificación de Competencias Laborales de las principales funciones de su proceso logístico. Con el apoyo de consultores de Fundación Chile se realizó una exhaustiva evaluación del desempeño en las labores habituales de los trabajadores, siendo certificados en base a estándares de competencia laboral validados, con el consiguiente beneficio de los trabajadores al obtener una acreditación de su expertise técnico profesional de una institución de gran prestigio a nivel nacional.

- El total de empleados de CCU S.A. y del Edificio Corporativo participaron en el curso “Código de Conducta en los Negocios” en formato e-learning. Desarrollado como guía educativa, esta actividad tiene como propósito contribuir al conocimiento del documento corporativo que establece un conjunto de criterios, normas, pautas y reglas aplicables a todos los trabajadores de CCU S.A. y sus filiales. El conocimiento y la práctica de estas directrices corporativas, son el sustento de la imagen sólida y confiable que la Compañía ha logrado con el correr de los años.

- Durante 2007 se realizó el Curso de IFRS, Normas Internacionales de Información Financiera. Esta actividad de capacitación que fue dictada por expertos de Pricewaterhouse Coopers, tuvo como propósito proveer a los participantes de CCU y sus filiales de los conocimientos necesarios para la confección de los Estados Financieros, de acuerdo a las Normas Internacionales de Contabilidad que serán adoptadas en Chile a partir del 1° de Enero del 2009, y que se comenzarán a aplicar en paralelo a partir del 1° de Enero del 2008 .

- En 2007 se implementó el Programa de Consumo Responsable de Alcohol y Prevención del Uso de Drogas en la planta cervecera de Temuco. La principal motivación para CCU Chile al desarrollar estos programas es 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 drogas.

- Un hecho destacable en el desarrollo profesional de nuestra fuerza de ventas de Embotelladora CCU fue la construcción de la Sala Plan Punto Máximo. Se construyeron las tres ocasiones de consumo más clásicas: botillería, almacén y restaurante, donde los vendedores pueden ejercitar y desarrollar sus destrezas en la gestión del punto de venta, en lo relativo a merchandising y manejo del proceso de ventas. La totalidad de la Fuerza de Ventas de ECCU Santiago asistió a un Taller de 20 horas de duración denominado “Técnicas de Ventas y Merchandising”, que consideró clínicas de ventas y merchandising en la nueva Sala Plan Punto Máximo.

- Un intenso programa en el desarrollo de competencias para la gestión industrial de los trabajadores de nuestras plantas ha sido el desarrollo del Programa OCA (Optimización de la Cadena de Abastecimiento). El programa de capacitación de apoyo a la implementación de Prácticas de Manufactura de Clase Mundial se ha desarrollado en las Plantas de ECCU en Santiago, CCU Chile en Santiago y en Temuco y CCU Argentina en Santa Fe. En una primera etapa la capacitación ha estado orientada a los Task Forces y Equipo de piso de planta de las líneas pilotos establecidas en las instalaciones productivas.

- En la planta Cervecera de Santiago se continuó con gran éxito con el



Programa Gimnasia de Pausa, 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 evitar problemas de salud y mejorar su calidad de vida en el trabajo. En 2007 se sumó a este Programa el personal de la Planta CCU Chile en Temuco.

- Debido al cierre de la Planta La Serena de Compañía Pisquera de Chile, se realizó una importante inversión para la reconversión laboral de aquellos trabajadores que no se trasladarían a la Planta Ovalle. Par tal efecto, en conjunto con Inacap, se desarrollaron cursos de Operación de Máquinas Retroexcavadoras, Cocina internacional y Gasfitería, a los que asistieron 75 participantes.

Becas Sociales:

Anualmente CCU hace entrega de becas sociales financiadas con los excedentes de capacitación de la Compañía y sus empresas relacionadas. Las becas permiten que personas que no trabajan en CCU puedan capacitarse.

En 2007 CCU realizó un importante aporte al desarrollo de la empleabilidad de familiares y cercanos de sus trabajadores. Con una suma superior a 50 millones de pesos, se realizaron 14 cursos de formación de oficios, a los que asistieron

INFORME CAPACITACION CCU Y SUS FILIALES A DICIEMBRE DE 2007 (*)	
Participantes por Nivel Ocupacional	
Ejecutivos	238
Profesionales	650
Mandos Medios	646
Administrativos	357
Calificados	1.563
Semi Calificados	798
No Calificados	208
Total	4.440
Capacitación Especial	
Participantes en Carreras Técnicas	26
Participantes en Carreras Universitarias	29
Participantes Desarrollo Profesional	12
Total	67

(*) La tabla no contempla:
 -La capacitación en CCU Argentina
 -Las becas sociales para participantes no trabajadores de CCU.

229 personas, con un total superior a 97 mil horas de capacitación.

En Santiago se desarrollaron cursos de Primeros Auxilios y Cuidado del Adulto Mayor, Peluquería, Confección de Cortinajes y Ropa Blanca, Coctelería, Chocolatería, Gasfitería y Electricidad. En regiones se dictaron cursos de Soldadura, Alfabetización Digital, Confección de Ropa Deportiva e Instalación de Red en Telecomunicaciones.

Estas actividades, tienen como propósito formar en un oficio a personas sin enseñanza técnica, permitiéndoles acceder a un conocimiento especializado que les facilite la inserción laboral, y fomentar en ellos el emprendimiento individual, generando una opción de desarrollo laboral y personal, y la posibilidad de aportar al presupuesto familiar.



CCU JUNTO A SUS CLIENTES Y CONSUMIDORES

1-SUS CLIENTES, SUS PRINCIPALES SOCIOS:

Con más de 150 años de trayectoria y experiencia en la industria de los bebestibles, CCU participa en el mercado nacional, estableciendo y consolidado una estrecha relación con sus clientes, a quienes considera socios principales para un crecimiento conjunto. Para la Compañía sus clientes son el puente a través del cual sus marcas están siempre disponibles para millones de consumidores, y entiende esta relación como una asociación en la que todas las partes se benefician.

En Chile, la fuerza de ventas de CCU está integrada por más de mil personas que atienden en forma directa a 93 mil clientes de bebidas refrescantes y confites, y a más de 37 mil que comercializan cervezas, vinos y destilados.

En Argentina, en tanto, se atienden a 25 mil clientes, y los productos de CCU se venden en 132 mil puntos en todo el país, considerando clientes tradicionales, autoservicios, supermercados, kioscos y minimercados.

• Apoyo Permanente

Buscando potenciar un crecimiento conjunto, la Compañía ofrece a sus clientes una amplia variedad de soportes de venta tales como equipos de frío, letreros luminosos, promociones, activaciones y animaciones junto a material de apoyo tales como exhibidores, muebles, estantes y pizarras. Todos estos activos, financiados por la Compañía, buscan mejorar la calidad de servicio que brindan nuestros clientes a los consumidores.

Asimismo cada filial implementa programas e iniciativas para sus distintos tipos de clientes:

- **“Cliente Preferente Cristal”:** creado en 2004 por Cervecera CCU Chile entrega beneficios especiales a más de 2 mil 200 comerciantes del canal tradicional de venta (botillerías y almacenes).

En 2007 “Cliente Preferente Cristal” se enfocó en fomentar la emocionalidad y

cercanía de CCU a través de eventos como “Bingo Cristal” o “Funciones de Teatro para clientes”, actividades con excelente evaluación que buscaron divertir y sacar de su rutina al comerciante.

- **“Informativo “Info Cristal”:** es uno de los principales nexos de comunicación con el cliente que entrega información respecto a nuevos lanzamientos, promociones, oportunidades comerciales, nuevos beneficios y todas las novedades de la compañía.
- **“Club Bilz y Pap”:** Embotelladora CCU creó este programa que a tres años de su implementación ya cuenta con 2 mil clientes activos en las ciudades de Santiago, Melipilla, Viña del Mar, Rancagua, La Serena y Concepción. Con el objetivo principal de estrechar la relación entre clientes, vendedores y CCU, los comerciantes invitados a participar se benefician con atractivos premios de acuerdo a la acumulación de puntaje que

logran por las compras realizadas a la Compañía.

- **Informativo ECCU:** Embotelladora CCU edita un Boletín bimestral con información sobre beneficios, actividades y temas de interés para sus clientes.
- **Capacitaciones y Clínicas de Coctelería:** CPCh desarrolla desde 2006 capacitaciones y clínicas de coctelería a sus clientes. Las capacitaciones dan a conocer a garzones, bartenders y personal de cocina de restaurantes, pubs y bares el proceso productivo del pisco y las características organolépticas de éste. Las clínicas de coctelería surgen como complemento a las capacitaciones y son acompañadas de material escrito, buscando dar a conocer la versatilidad de los productos de CCU, a través de degustaciones. Hasta 2007, son más de 300 los clientes que han participado de estas actividades.

“Los 8 Poderes del Cliente Minorista”

En 2007 Cervecera CCU Chile potenció su programa de capacitación a través del curso “Los 8 Poderes del Cliente Minorista”.

Con esta iniciativa, CCU destaca el rol fundamental del canal tradicional, reforzando sus ventajas y fortalezas y entregándoles a los comerciantes herramientas de gestión, merchandising, promociones y animaciones de local, con un gran nivel de ejecución, buscando la profesionalización del cliente minorista, y su proyección al futuro.

Durante el año, las capacitaciones se realizaron mayoritariamente en las ciudades de Temuco, Concepción y Talca, además de Santiago, poniendo énfasis no sólo en temas relativos al punto de venta, sino también al conocimiento de las instalaciones productivas de la Compañía y la calidad del proceso de elaboración. Este enfoque se seguirá desarrollando a futuro a través de la entrega de información sobre las características organolépticas del producto.

Adicionalmente, en 2007 se comenzó a preparar una nueva capacitación a largo plazo, que se implementará a través de módulos de aprendizaje en temas como contabilidad, merchandising, implementación de local, y estrategia de venta.

• **Plan Punto Máximo**

En 2003, CCU lanzó el “Plan Punto Máximo”, orientado a mejorar la información sobre las distintas necesidades que cada uno de los clientes tiene en su negocio, y así entregar la mejor oferta en cantidad, calidad y servicio tanto para clientes como para sus consumidores.

Durante 2007, diversas iniciativas se realizaron en torno a esta importante herramienta. Embotelladora CCU desarrolló la Sala Plan Punto Máximo donde se implementaron tres ocasiones de consumo para que los vendedores puedan ejercitar y mejorar sus destrezas en la gestión del punto de venta, en lo relativo a merchandising y manejo del proceso de ventas. Junto con ello se realizó el Concurso de Innovación Plan Punto Máximo presentada por grupos de vendedores a lo largo de todo Chile que premió a la mejor idea creativa para mejorar la gestión con el cliente y en el punto de venta.

• **Cercanía y Diálogo con el Cliente**

Las fuerzas de venta de las filiales de CCU están estructuradas de forma que cada punto de venta sea visitado en promedio al menos dos veces por semana para el caso de ECCU y CCU-Chile, y una vez por



semana en el caso de CPCH y VSP, lo que implica contar con una vista de un vendedor profesional en forma presencial y con esto fortalecer la relación estrecha y fluida de la Compañía con sus clientes.

La Compañía cuenta también con otros canales de diálogo :

- **Visitas a las plantas:** Periódicamente la Compañía realiza visitas guiadas a sus clientes dando a conocer las plantas cerveceras, de elaboración de bebidas y bodegas de vinos que posee.

- **Revista “CCU Amigos”:** A lo largo de 12 años, esta publicación trimestral ha llevado la información de la Compañía y sus novedades a miles de clientes en todo el país. Distribuida por la fuerza de ventas CCU, entre sus contenidos destacan entrevistas a clientes y temas de interés para el comerciante.

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



2-MAXIMA SATISFACCION PARA SUS CONSUMIDORES

a) Profundo conocimiento de nuestros consumidores

Con el objetivo de obtener información periódica sobre los gustos y preferencias de sus consumidores y ser capaces de gratificarlos responsablemente, reaccionando ante sus necesidades, CCU desarrolla trimestralmente desde 1992 su “Estudio de Consumidores”. Esta importante herramienta de medición recoge la opinión de miles de consumidores de regiones que abarcan desde Arica hasta Puerto Montt, sobre temas como recordación, imagen de marcas y hábitos de consumo de los productos de CCU.

b) Calidad, un principio fundamental

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

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

Creado en 2004, el Proceso Directivo de Calidad y Medioambiente de la Compañía – que incorpora el módulo de productividad en 2007- permite alinear e inspirar a toda la organización bajo un concepto integral de calidad.

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

En 2007 la gestión de los procesos de calidad de todas las filiales de CCU que consolidan, está estandarizada bajo este proceso. Asimismo, se está trabajando para que durante 2008 comience la estandarización en materia de calidad de las plantas productivas de Austral y Kunstmann.

La consolidación y certificación de su Sistema Integrado de Gestión (SIG) es uno de los compromisos de este proceso directivo. En este sentido, finalizado 2007, ya eran 11 las plantas productivas de la Compañía que contaban con HACCP, norma que certifica la inocuidad de los productos, y seis las que habían obtenido la certificación ISO 9001, relativa a la gestión de calidad.

El hito de 2007, en cuanto a certificaciones, lo protagonizó Viña San Pedro, 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 2007, Viña San Pedro pasó exitosamente la recertificación de su Sistema Integrado de Gestión (SIG), lo que continúa reafirmando su compromiso con la máxima calidad.

Plantas Productivas de CCU certificadas con norma HACCP	
VSP	Molina
	Santa Helena
	La Celia
ECCUSA	Santiago
	Cachantun
CCU Chile	Santiago
	Antofagasta
	Temuco
CCU Argentina	Salta
	Santa Fe
Calaf	La Reina

(*HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Point Management)

c) Innovación: Respondiendo a las expectativas de los Consumidores

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

Una confirmación de este compromiso, es la “Tasa de Innovación”, indicador de gestión que mide el comportamiento de toda la organización relacionado a este concepto y que considera desarrollos de nuevos productos, empaques, sabores y nuevas categorías.

Adicional a este indicador, en 2007 se incorpora el concepto de Innovación al plan estratégico corporativo 2008-2010, como un proceso integrado en CCU siendo uno de los objetivos aumentar su relevancia al interior del proceso directivo “modelo de preferencia” de la Compañía. A través de este nuevo objetivo, se plantea la innovación como un proceso continuo con impacto en toda la organización, basado fundamentalmente en las tendencias de los consumidores.

En 2007 CCU lanzó los siguientes productos:

- **Cervezas:** Cervecera CCU Chile presentó Cristal Black Lager, una extensión de marca de Cristal, y sumó la variedad Yagan a la línea de cervezas de Austral.
- **Gaseosas:** Embotelladora CCU introdujo Kem Slice, una extensión de marca de Kem. Además, se lanzó la bebida energética SoBe Adrenaline Rush y Lipton Ice Tea, en los sabores Limón, Durazno y Té Verde, ambas marcas bajo licencia de PepsiCo.



- **Aguas Embotelladas:** se extendió la línea de Mas de Cachantun a los sabores Pomelo y Durazno.
- **Néctares:** A través de Promarca, CCU introdujo Watt's Kids, formulado especialmente para las necesidades nutricionales de los niños y Watt's Plus, una línea de tres néctares funcionales enriquecidos con Calcio y Vitamina C, Aloe Vera y Fibra, en diferentes sabores.
- **Destilados:** En el segmento cocteles CPCh presentó Campanario Berries y Ruta Sour Berries. Además, introdujo Control "C", un pisco triple destilado que se ubica en el segmento ultra premium. Por último, en abril de 2007, CCU ingresó a la categoría del Ron, a través de la marca Sierra Morena.
- **Vino:** VSP lanzó las marcas 35 Sur Reserva y 35 Sur Sour.

Para más detalle sobre tipos de envase y nuevas cosechas en el caso de las viñas, referirse a la Memoria Anual 2007.

d) 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.

Los productos con contenido de alcohol, en tanto, se norman, en lo relativo a etiquetado, por la ley de alcoholes, que incluye disposiciones sobre incorporación de información sobre % de contenido de alcohólico, tipo de producto y origen de envasado.

Además, desde el 2002, CCU incluye en forma voluntaria mensajes de consumo responsable de alcohol en etiquetas y material gráfico de sus productos con contenido alcohólico:

- Los productos incluyen en sus etiquetas la frase "Disfruta con responsabilidad. Producto para mayores de 18 años".
- Asimismo, las etiquetas incorporan la dirección de correo electrónico consumo.responsable@ccu.cl, para que los consumidores cuenten con un

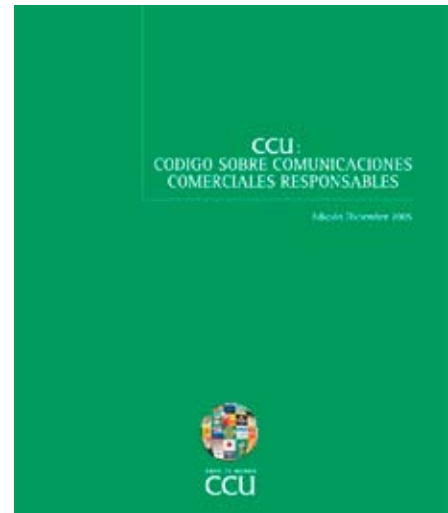
canal abierto de diálogo al que puedan enviar sus comentarios o preguntas respecto de este tipo de productos y sus pautas de consumo.

- Adicionalmente, todos los avisos publicitarios de bebidas con alcohol de CCU tienen incorporada la frase "Disfruta con Responsabilidad. Producto para mayores de 18 años".

e) Comunicaciones Comerciales Responsables

En coherencia con su "Política de Alcohol", la compañía cuenta con el documento "CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables". con el objeto de guiar la publicidad, ventas y eventos especiales de la Compañía, de acuerdo a los más altos estándares de responsabilidad corporativa, desarrollando sus comunicaciones comerciales con responsabilidad.

El documento está dividido en el capítulo "Principios Generales", que considera todos los productos de CCU, tanto 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.

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

Principios Generales: Las comunicaciones comerciales de CCU deben:

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

Principios Aplicables a Productos con Alcohol

Incorporan los siguiente ámbitos:

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

f) Comunicándose las 24 horas: Servicio de Atención al Consumidor

En todas sus etiquetas y envases, CCU tiene 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 de CCU 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.

CCU, GOBIERNO CORPORATIVO Y ACCIONISTAS

1-GOBIERNO CORPORATIVO

CCU está comprometida con los más altos estándares de gobierno corporativo y administra sus negocios con apego a las normas éticas y legales contenidas en la legislación vigente en Chile, particularmente en la Ley de Sociedades Anónimas y la Ley de Mercado de Valores.

Asimismo, como emisor de valores que se transan en la bolsa de Nueva York (NYSE), CCU también se rige por la Securities and Exchange Act y las modificaciones introducidas por la Ley Sarbanes-Oxley de Estados Unidos.

Para más información relativa a la comparación entre ambos estándares de gobierno corporativo y otros aspectos relacionados con esta materia, se puede consultar el documento 20-F publicado en <http://inversionistas.ccu-sa.com/shtml/index.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 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, 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 todos los trabajadores de CCU, bajo el Procedimiento de Denuncia, que se explica más adelante en este mismo capítulo.
- **Gerencia General:** reporta su accionar al Directorio y para llevar a cabo la gestión empresarial, cuenta con la colaboración del Comité de Dirección, que 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.

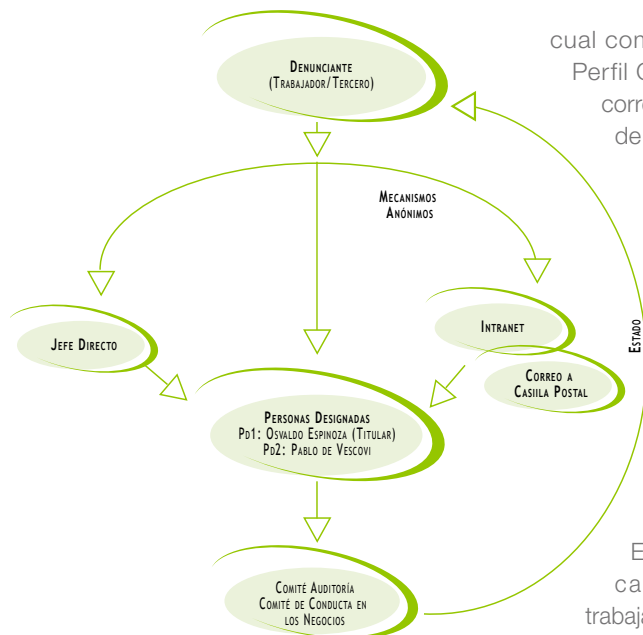
Los principios éticos que gobiernan el actuar de la Compañía, que están descritos en el

capítulo Perfil Corporativo de CCU de este informe, consideran la existencia de dos Comités, el de Divulgación y el de Conducta en los Negocios.

- **El Comité de Divulgación:** está integrado por el Gerente General, el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, el Contralor General, el Gerente Legal, Gerente Corporativo de Operaciones y el Gerente de Finanzas y Relación con Inversionistas. 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.

- **El Comité de Conducta en los Negocios:** está presidido por el Gerente Corporativo de Recursos Humanos e integrado por el Gerente General, el Contralor General, el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, el Gerente Legal y el Gerente de Control Interno y Administración de Riesgos. Tiene por objeto



Flujo Procedimiento de Denuncias

velar por el ámbito valórico y el cumplimiento del Código de Conducta en los Negocios de CCU.

Asimismo, en 2005, en el marco de las buenas prácticas comerciales y como exigencia de la Ley Sarbanes-Oxley de EE.UU, CCU puso en marcha un Procedimiento de Denuncias, el

cual como se mencionó en el capítulo Perfil Corporativo de CCU (página 8) corresponde a un sección del Código de Conducta en los Negocios.

Este mecanismo permite a todos los trabajadores de CCU, 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.

Entre los medios existentes para canalizar las denuncias de los trabajadores están la Intranet de CCU, el envío de una carta confidencial, o dirigirse a las personas designadas para estos efectos, dependiendo si se desea formular la denuncia en forma anónima o no.

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

En sus dos años y medio de implementación, el procedimiento ha

recibido 34 denuncias, mayoritariamente a través de correo electrónico, cartas e intranet, provenientes de prácticamente todas las unidades de la Compañía.

Un 62% de las denuncias son de origen interno (trabajadores), un 38% de origen externo (proveedores, clientes, otros) y un 41% han ingresado en forma anónima. Las materias de las denuncias corresponden principalmente a conflictos de intereses y negociación incompatible (26%) y temas referidos al ámbito laboral (20%). Del total de denuncias, sólo cinco se han considerado improcedentes y todo el resto han sido investigadas.

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

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

3- PROCESO DE ADMINISTRACION DE RIESGOS ESTRATEGICOS

Lograr los objetivos estratégicos de la Compañía, necesariamente conlleva riesgos. Por esta razón es que desde 2006, la gestión de este tema se encuentra de manera explícita en la agenda de la Administración de CCU, constituyendo una buena práctica de su Gobierno Corporativo casi inédita a nivel de empresas en el país.

Definida como una actividad de la alta gerencia de la organización, el Proceso de

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

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

El proceso de administración de riesgos estratégicos, está siendo implementando en varias unidades y se encuentra en diferentes estados de avance.

4-CCU CERCA DE SUS ACCIONISTAS

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

- La Compañía entrega trimestralmente un detallado análisis de sus resultados por cada área de negocios.
- Luego de esta entrega, el Gerente General, realiza una conferencia telefónica donde explica los lineamientos estratégicos de CCU y responde las preguntas de analistas e inversionistas.

- Adicionalmente la Compañía hace públicos sus volúmenes de ventas, en forma trimestral.
- CCU participa en conferencias y realiza “roadshows” anualmente, tanto en Chile como en el exterior.
- 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. Por la calidad y rigurosidad de la información

entregada, además de su impecable diseño, ha estado 10 veces entre los tres primeros lugares del “Concurso Anual de Memorias de Sociedades Anónimas de Chile” otorgado por Revista Gestión y PricewaterhouseCoopers

- La información acerca de la Compañía es constantemente actualizada y detallada en el sitio de Relación con Inversionistas de CCU: <http://inversionistas.ccu-sa.com/shtml/index.shtml>

CCU EN SINTONIA CON LA COMUNIDAD

CCU cuenta con un Programa de “Responsabilidad Social hacia la Comunidad” que se desarrolla en cuatro dimensiones:

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

1-EDUCAR, EDUCAR, EDUCAR: CCU EN EL CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL

Como una de las empresas líderes en la industria de los bebestibles y siendo uno de sus negocios las bebidas con alcohol, CCU se ha comprometido a contribuir en el bienestar de la comunidad informando sobre el correcto consumo de sus productos. De esta forma cuenta hace más de 15 años con un programa educativo de Consumo Responsable de Alcohol nutrido por diversas iniciativas dirigidas a padres, jóvenes, clientes, comunidad en general, y trabajadores de CCU:

• Para Padres

Programa Educar En Familia:

Taller educativo orientado a padres de niños preadolescentes, dictado por una ONG especialista en temas de familia, que entrega información técnica y consejos prácticos sobre el Consumo Responsable de Alcohol. Esta iniciativa busca incentivar el diálogo educativo entre padres e hijos en torno a este importante tema y sus contenidos son respaldados por un comité de especialistas encabezado por el Dr. Ramón Florenzano, Médico Psiquiatra.

Talleres Educar en Familia:

- **“Educar en Familia I”:** Está enfocado a padres de niños de escuelas municipales y busca evitar el consumo de alcohol en menores de edad. A través de este taller que en 2007 se implementó en las comunas de Independencia y Valparaíso, se entrega información precisa sobre menores, salud, alcohol, el valor de la familia, y la importancia de los 5 mensajes claves:

- **Predicar con el ejemplo**
- **Entregar información clara y precisa sobre alcohol**
- **Enfrentar el tema en familia.**
- **Los padres son capaces**
- **Atención a las señales.**

- **“Formación de Monitores Educar en Familia”:** busca contar con agentes activos que repliquen el taller en las comunas visitadas, conservando el mensaje y los conocimientos sobre Consumo Responsable de Alcohol.

- **“Educar en Familia II”:** Destinado a padres de niños de colegios particulares y entrega información sobre menores,

salud, alcohol y el valor de la familia, manteniendo la línea de mensajes del programa a colegios municipalizados.

	Educar en Familia I	Educar en Familia II	Educar en Familia en Argentina
Alcance Hasta 2007	25 comunas	50 colegios	45 colegios
	457 colegios	10 mil familias	4600 familias
	38 mil 500 familias		
	820 monitores		

Cada dos años Adimark realiza un estudio a los participantes de los talleres “Educar en Familia” con el fin de medir el cambio de actitud de los padres luego de la actividad.

• Para Jóvenes

En 2005 CCU estableció una alianza con la agrupación Jóvenes Líderes para la difusión de los contenidos de su programa de Consumo Responsable de Alcohol en sus foros universitarios. Jóvenes Líderes es una organización privada que promueve el liderazgo y acceso a mejores oportunidades para los jóvenes de Chile.

• Para Clientes

Con el objeto de apoyar la labor del comercio en el cumplimiento de la legislación, alinearlos



Programa Educar en Familia

Con el objeto de apoyar la labor del comercio en el cumplimiento de la legislación, alinearlos al concepto de Consumo Responsable de Alcohol y así contribuir a evitar el consumo de alcohol en menores de edad, en 2004 se creó el programa de “No Venta de Alcohol a Menores”.

al concepto de Consumo Responsable de Alcohol y así contribuir a evitar el consumo de alcohol en menores de edad, en 2004 se creó el programa de “No Venta de Alcohol a Menores” que a tres años ya cuenta con cuatro iniciativas específicas:

- La primera experiencia de este tipo se enfocó a botillerías y almacenes con 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.
- En 2005 se implementó la campaña “Disfruta tu Edad”, iniciativa desarrollada en conjunto con Hipermercados Jumbo, con un alcance de 15 salas a lo largo del país. En 2006, esta campaña se replicó en 105 Supermercados Santa Isabel en todo Chile.
- Ese mismo año la campaña “Siendo Responsable se Pasa Mejor” se

implementó en los 33 servicentros Pronto Copec que cuentan con patente de alcohol, con el objeto de educar en la incompatibilidad de beber alcohol y conducir, y la venta responsable.

- En 2007, en alianza con Mall Plaza, CCU implementó la campaña “Pásalo Bien” en Mall Plaza Oeste, Plaza Norte, Plaza Tobalaba y Plaza

Vespucio, centros comerciales que en conjunto reciben más de 4 millones de visitas mensualmente. A través de un programa de capacitación a meseros y garzones, además de implementación de material POP en terrazas y patio de comidas con mensajes relativos al consumo responsable de alcohol, CCU busca continuar educando sobre el consumo responsable de sus bebidas con alcohol.

• **Para Trabajadores**

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

Alcance Hasta 2007	e-learning	Manual autoinstrucción	Manual “Educar en Familia”
	100% trabajadores	100% trabajadores	100% trabajadores

• **Para la Comunidad**

a) **Campaña Festividades:**

En conjunto con Carabineros y Conaset, CCU realiza un plan anual de actividades informando a la comunidad respecto a estadísticas y recomendaciones a conductores, peatones y ciclistas, con el objeto de invitarlos a celebrar con responsabilidad.

Actividades:

- **“Campaña Fiestas Patrias”:** Se realiza en todo Chile en septiembre en conjunto con Carabineros y la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito.

Campaña Festividades



- **“Campaña Año Nuevo”:** Se realiza en todo Chile en diciembre en conjunto con Carabineros. a través de distribución de material educativo a conductores, peatones y ciclistas.
- **Campaña en medios:** Todas estas actividades son apoyadas a través de publicidad en prensa, radio y vía pública.

	Folletos Campaña	Difusión
Alcance Hasta 2007	1 millón 150 mil distribuidos en puntos neurálgicos como carreteras, peajes, fondas, etc.	En medios de comunicación y vía pública

b) Programa Si vas a Beber, Pasa las Llaves:

Esta campaña educativa busca educar a la comunidad en un aspecto del Consumo Responsable de Alcohol, como es la incompatibilidad de beber alcohol y conducir. Cuenta con dos actividades específicas:

- **Campaña “Si vas a beber pasa las llaves”:** Iniciada en 1994 por Cerveza Cristal, fue la primera iniciativa de CCU en torno al Consumo Responsable de Alcohol. La campaña está focalizada principalmente en la juventud y tiene un alcance país. Su objetivo es educar a la comunidad sobre la incompatibilidad de beber alcohol y conducir.
- **“Campaña Corporativa Vial Educativa”:** Esta iniciativa dirigida a los conductores, entrega mensajes en letreros camineros que educan en materia de tránsito y refuerzan la idea de no mezclar alcohol y conducción.

c) Campaña “Verano Responsable”:

Durante los meses de verano, CCU desarrolla esta campaña en las playas de Chile, difundiendo mensajes educativos sobre prácticas seguras y consumo responsable de alcohol. En 2007, la iniciativa desarrollada en conjunto con las municipalidades de las zonas costeras de Chile, recorrió las playas de la I, II, V, VIII y IX región.

Difusión

Todas estas actividades son apoyadas a través de publicaciones en diarios, revistas, radios y otros medios de comunicación. En 2007 se desarrolló la campaña publicitaria “Excesos” que llamaba a los consumidores a tomar conciencia sobre lo absurdo de beber en exceso.

d) “Educar en Familia” en Cárceles:

En 2007 CCU amplió sus talleres sobre Consumo Responsable de Alcohol, a través del programa “Educar en Familia”, a la población penal de las cárceles de Rancagua, Colina II y el Centro Penitenciario Femenino. El objetivo de la iniciativa, que formó parte de las actividades de reinserción social que se entrega a la población reclusa, fue otorgar a los internos herramientas para promover la comunicación con sus familias durante las visitas, fomentando la autoestima de los reos y, a través de ellos, prevenir el consumo de alcohol en menores de edad.

Los talleres dictados por especialistas tuvieron un alcance de 520 internos en los tres recintos penitenciarios.

Seminarios sobre autorregulación y Prevención en el Consumo de Alcohol

En 2007 CCU participó en dos seminarios sobre autorregulación y prevención en el Consumo de Alcohol:

- CCU fue invitado a exponer sobre las actividades que componen su programa de Consumo Responsable de Alcohol al seminario-taller de autorregulación de la industria de alcoholes, organizado por ICAP (International Center for Alcohol Policies) una institución norteamericana centrada en la generación de políticas público-privadas para promover al consumo responsable de alcohol. La actividad se realizó en Santiago y contó con la presencia de las más destacadas empresas de la industria del alcohol a nivel mundial.
- CCU también participó del Seminario “Consumo Problemático de Alcohol en Colegios” organizado por la Fundación Paréntesis, ligada al Hogar de Cristo. En el encuentro, CCU presentó su experiencia con el Programa “Educar en Familia”.

CCU se ha comprometido a contribuir en el bienestar de la comunidad informando sobre el correcto consumo de sus productos.

Taller “Educar en Familia” en Cárceles



2-PROMOVIENDO LA ACTIVIDAD FISICA: CCU EN EL DEPORTE

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

Conciente de esta realidad, desde hace muchos años CCU es reconocida como una empresa que apoya con fuerza el desarrollo del deporte a través de sus marcas comerciales, que destinan parte importante de su presupuesto de marketing al auspicio de deportistas, clubes y actividades deportivas.

Adicionalmente, en términos corporativos, la Compañía cuenta desde 2004 con el programa "CCU en el Deporte", iniciativa que busca promover en la comunidad un estilo de vida sano, incentivando la práctica de actividad física.

PROGRAMA CORPORATIVO: "CCU EN EL DEPORTE"

a) CCU Apoyando el Deporte Escolar:

Con el objetivo de promover la actividad física y fomentar un estilo de vida saludable en los niños de Chile, CCU apoya anualmente a colegios a través de una donación de implementación deportiva.

Alcance hasta 2007	Beneficiados	
	235 Colegios	156.000 Niños



b) CCU y Deportistas Auspiciados:

Con el objetivo de apoyar estilos de vida que sean ejemplos de esfuerzo y perseverancia, desde 2004 CCU tiene un programa de auspicios a deportistas discapacitados con proyección, que quieran desarrollar sus disciplinas pero carezcan de los recursos para hacerlo. Es así como CCU apoya a los tenistas en silla de rueda Francisca Mardones, Robinson Méndez y Francisco Cayulef.

Gracias a su esfuerzo y al apoyo de CCU, estos tres deportistas han evolucionado de manera muy positiva. Francisca Mardones, la más reciente auspiciada de CCU, comenzó el año 2007 en el N°107 del ranking mundial, cerrando el año en la posición N°69.

c) CCU Apoyando a Teletón:

A través del programa "Apoyando a los Discapacitados" creado hace cuatro años, CCU entrega anualmente implementación a institutos de Teletón con la convicción de que la actividad física es fundamental en la rehabilitación. En 2007 CCU donó 10 sillas de rueda a la Fundación Teletón de Coquimbo, en el marco del compromiso de la Compañía con esta institución.

Alcance hasta 2007	Institutos beneficiados
	Antofagasta, Temuco, Arica, Valparaíso, Concepción, Iquique y Coquimbo.

• Marcas Comerciales: Por el Deporte y la Vida Sana

- Cerveza Cristal apoya en forma permanente a 13 clubes de Primera División del fútbol chileno. Adicionalmente, en 2007 comprometió su apoyo con la Selección Chilena de Fútbol en las clasificatorias al Mundial de Sudáfrica 2010.
- Cerveza Cristal también apoya otros deportes como el polo, el rodeo, la hípica y el triatlón, contribuyendo a fomentar entre los jóvenes chilenos su práctica y afición.
- En 2007 Embotelladora CCU suscribió una alianza de cooperación por tres años con la Municipalidad de Peñalolén, para el desarrollo actividades deportivas formativas, competitivas y recreativas, para la promoción de un estilo de vida

saludable entre los vecinos de la comuna.

- El espíritu deportivo también está presente en 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 agua mineral Cachantun, con el auspicio del ATP de Viña del Mar y la realización del Cachantun Beauty Challenge, torneo de tenis que este año contó con la presencia de la N°12 del ranking de la WTA, Nicole Pietrangeli.
- Por su parte, Kem Xtreme desarrolló en 2007 el Campeonato Kem Xtreme de Fórmula 3, reeditando el fanatismo de los chilenos por este deporte.
- Agua Mineral Cachantun y Gatorade 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. Gatorade, en tanto, organizó por segundo año consecutivo el " Congreso Internacional de Nutrición Deportiva y Fisiología del Ejercicio", en el marco de las Jornadas GSSI (Instituto de Ciencias del Deporte Gatorade). El encuentro, convocó a más de 300 profesionales del deporte y estudiantes y contó con la participación de destacados especialistas internacionales.
- Bilz y Pap realizó en 2007 el tercer Campeonato Interescolar de Fútbolito Sub-11 que se disputó en la Ciudad Deportiva de Iván Zamorano y en el Complejo Deportivo One en Macul. El certamen reunió a 1600 niños de 130 colegios de la Región Metropolitana con el objetivo de abrir un espacio para la competición y a la vez rescatar valores como el compañerismo, la sana competencia y el juego limpio.
- En Argentina, las marcas regionales tienen una muy fuerte participación en el deporte, a través del fútbol profesional, ligas locales de fútbol y rugby amateur, así como en fútbol, voleibol y rugby de playa y atletismo. En el caso de la marca Heineken, auspició el Mundial de Rugby que se realizó en el mes de Septiembre en Francia.

3-ACERCANDO EL ARTE A LAS PERSONAS: CCU EN LA CULTURA

En su larga trayectoria de relación con el arte, la Compañía desarrolla desde 1992 el programa “CCU en la Cultura” que busca mejorar la calidad de vida de las personas a través distintas actividades:

- **Programa Acercar el Arte a la Gente**

Contribuyendo a acercar el arte nacional a la comunidad, CCU apoya a artistas chilenos contemporáneos emergentes y consagrados en distintas disciplinas.

Alcance anual	48 Exposiciones	12 Obras de Teatro
---------------	-----------------	--------------------

- **Programa Exposiciones Itinerantes**

CCU desarrolla Exposiciones Itinerantes en regiones, municipalidades, colegios, universidades y centros hospitalarios, llevando a distintos puntos del país su Patrimonio Pictórico de más de 300 obras de destacados artistas chilenos contemporáneos.

Locaciones	Alcance hasta 2007
Hospitales	9 (desde 2003)
Colegios	15 (desde 2002)
Regionales	42 municipalidades en regiones (desde 1993)
Municipales	14 (desde 2002)

- **Programa CCU en la Cultura Solidaria**

- “Artequín”: CCU apoya y financia al Museo Artequín, institución

que da conocer a la comunidad, especialmente a los niños, el arte nacional y mundial.

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

Alcance año 2007	3 becas (2 nacionales y una internacional).	15 Exposiciones en Artequín
------------------	---	-----------------------------

- **Programa Arte Objeto**

CCU ha invitado a participar a jóvenes y consagrados artistas en el proyecto Arte Objeto CCU, generando así innovadoras formas de promoción de nuestra identidad cultural y colaborando en la difusión de nuestros valores chilenos contemporáneos. Destacados artistas chilenos han intervenido con sus propios estilos, objetos tan comunes como una silla o una mesa, convirtiéndolos en interesantes piezas de arte.

- **CCU en el Arte Escolar**

En 2007 la Compañía creó “CCU en el Arte Escolar”, una herramienta de aprendizaje del arte contemporáneo dirigido a alumnos de enseñanza media. Implementado a través de una capacitación a profesores y la entrega de un kit consistente en un libro, un CD y láminas con reproducciones de la Colección Pictórica CCU, el programa se desarrolló, en una primera etapa, en los 7 colegios de Fundación Belén Educa, de manera muy exitosa.



- **Plaza Escultórica CCU**

En 2007 CCU se instaló en sus nuevas oficinas del Edificio CCU. Buscando continuar con su compromiso de acercar el arte a la gente, CCU incorpora en la entrada de su edificio una Plaza Escultórica denominada “Unidos” de la artista Marcela Romagnoli. La obra está compuesta por 32 elementos de mármol de Carrara blanco y hierro fundido, inspirados en la figura humana, que simbolizan la relación permanente de CCU con la comunidad.

- **Cultura en Valdivia**

Cervecería Kunstmann es un actor primordial de la cultura en la zona sur de nuestro país. Durante 2007 encabezó la popular Fiesta de la Cerveza o “Bierfest” en Valdivia, organizó el Concurso de Pintura “Valdivia, Arte y Cerveza 2007”, fue uno de los principales auspiciadores del Festival de cine de Valdivia y apoyó las “Semanas Musicales de Frutillar”, entre otras importantes actividades.

- **CCU Argentina en la cultura**

Durante el año 2007, se realizaron las siguientes acciones dentro del ámbito cultural en Santa Fe:

- **Museo Cervecería Santa Fe:** El museo inaugurado en 2006, se incorporó al circuito de visitas a planta. Destacado como uno de los lugares de interés cultural en distintas publicaciones informativas de la ciudad y la provincia de Santa Fe, puede visitarse de manera independiente a la planta industrial.



Programa “CCU en el Arte Escolar”

CCU apoya activamente a artistas chilenos contemporáneos emergentes y consagrados en distintas disciplinas, contribuyendo a acercar el arte nacional a la comunidad.

- **Colección Patrimonial Museo Rosa Galisteo de Rodríguez:** En virtud de su acuerdo con el Museo Rosa Galisteo de Rodríguez, la Compañía apoyó en 2007, como patrocinador exclusivo, la inauguración de la Muestra Anual de la Colección Patrimonial del Museo, una de las más importantes de la región.

- **Viernes Culturales en Cervecería Santa Fe:** Con el objetivo de continuar desarrollando un vínculo sólido con las manifestaciones culturales de la ciudad de Santa Fe, se desarrollaron en 2007 los "Viernes Culturales" en el Museo Cervecería Santa Fe. Los eventos sirvieron para que más de 20 artistas de diferentes disciplinas

presentaran sus obras: pintura, dibujo, escultura e incluso la música tuvieron su lugar en esta actividad.

- **Atardecer en los Museos:** el Museo Cervecería Santa Fe se incorporó a la propuesta cultural de la Subsecretaría de Cultura de la provincia de Santa Fe, y abrió sus puertas durante todo el día en cuatro fechas especiales del año, para que todas las personas mayores de 18 pudieran conocerlo.
- **Mural:** Cervecería Santa Fe puso a disposición de alumnos de Escuela de Bellas Artes de la ciudad, un muro lateral de la planta con el objetivo de que alumnos realizaran un mural cuyo tema central fue la cerveza.

4-UN APOORTE A LOS MAS NECESITADOS: CCU EN EL APOYO SOLIDARIO

El programa de Apoyo Solidario de CCU busca mejorar la calidad de vida de la comunidad con foco en la educación. Al mismo tiempo, constituye una instancia para el crecimiento personal y profesional de los trabajadores de CCU, para un mejor desarrollo del trabajo en equipo y el fortalecimiento de la confianza entre las personas.

a) Programa Apoyando la Educación

- **Programa Becas Educativas:** CCU entrega becas para personas de escasos recursos que necesitan financiar sus estudios.
- **Programa Donaciones:** Instituciones y eventos solidarios, relacionados

a la educación, se ven beneficiados anualmente por el plan de donaciones de CCU que contempla la entrega de dinero y productos en especies.

b) Programa Voluntariado Corporativo "Con Compromiso Unidos"

- **Compartir con un Amigo:** A través de esta iniciativa los trabajadores de CCU y sus filiales tienen la posibilidad de aportar voluntariamente al mejoramiento de la calidad de vida de niños que viven situaciones de orfandad, abuso, agresión o abandono en diversos hogares de menores. En diciembre de 2007, seis hogares de menores recibieron la visita del Viejo Pascuero con regalos de los amigos secretos de CCU y sus filiales.
- **Campaña 1+1:** Los trabajadores de CCU realizan un aporte mensual en dinero a una institución de beneficencia seleccionada -entre seis opciones- y la Compañía aporta un porcentaje del total.



A través de becas educativas, actividades de voluntariado y aportes a fundaciones de beneficencia, CCU busca contribuir a mejorar la calidad de vida de la comunidad.

- **Mejoras en Hogares y Construcción de Mediaguas:** Iniciativa compuesta por actividades de beneficencia en hogares de menores (en Santiago y regiones) y construcción de mediaguas, junto a "Un Techo para Chile". En 2007, se realizaron cuatro visitas al Hogar de niñas General Oscar Cristo, y ocho familias fueron beneficiadas con la construcción de mediaguas realizada por los voluntarios de CCU.
- **Capacitación a Microempresarios:** CCU participa desde principios de 2005 en este programa que se desarrolla en el marco del programa "Un Mejor Empleo para Chile", y que consiste en

apadrinar a un microempresario. En él participan ejecutivos y alumnos de 3º año de Ingeniería Comercial de la Universidad Católica. Gracias a esta iniciativa, un alto porcentaje de los asesorados aumenta su nivel de ventas.

- **Tutorías a Jóvenes:** A través de este programa que nace en 2006, trabajadores de CCU apadrinan a jóvenes, entregándoles apoyo social y educativo con el fin de incidir positivamente en su futura integración socio- ocupacional. En 2007, doce alumnos del Colegio Juan Luis Undurraga de Quilicura recibieron apoyo de tutores de CCU en el ámbito social y profesional.

Modalidad	Beneficiados
Compartir con un Amigo	6 Hogares
Campaña 1+1	6 instituciones
Mejoras en Hogares	1 Hogar
Construcción de Mediaguas	8 Familias de comunas de escasos recursos en Santiago.
Capacitación a un Microempresario	Microempresarios de Santiago.
Tutorías a Jóvenes	12 Alumnos en riesgo social

c) El Compromiso con Teletón



CCU apoya la obra de Teletón desde sus inicios en 1978. A través de sus marcas Cerveza Cristal, Agua Mineral Cachantun, Pepsi, Pisco Campanario, y Calaf, en 2007 la Compañía realizó un aporte solidario

de \$352.544.632 millones de pesos, aumentando su donación en un 11% respecto a 2006. Este aporte la ubicó entre las empresas que más donaron a la campaña, y la primera en el rubro del consumo masivo.



Conociendo las instalaciones de CCU

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

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

Por su parte, en Pisco Elqui se ubica la Destilería Pisco Mistral de Compañía Pisquera de Chile, que ofrece a sus visitantes recorridos guiados donde se puede conocer un museo con utensilios antiguos para la elaboración del pisco y cava de guarda, y la planta productiva y su proceso de elaboración del pisco en tiempos modernos, además de disfrutar de una degustación de los productos de la Compañía. Durante 2007 la destilería

fue visitada por miles de personas, convirtiéndose en un punto de atractivo importante de la ruta turística de la IV Región.

Viña San Pedro vio aumentar su número de visitantes durante 2007. Finca La Celia en Mendoza abrió en abril su "Área de Hospitalidad" a través de un interesante programa de turismo. Viña Santa Helena también implementó visitas guiadas a sus instalaciones y una tienda de vinos. Además, se incorporó al grupo Viña Leyda, que espera abrir oficialmente un recorrido por su centro productivo en 2008.

Dirigidas a todo público, Embotelladora CCU dispone de un bus escolar como medio de transporte para llevar a los niños a la planta, y de esta forma puedan conocer el proceso de elaboración de gaseosas y néctares.

Adicional a sus plantas productivas, CCU y sus empresas relacionadas cuentan con centros patrimoniales como el museo de la Casona Fundo El Carmen en Quilicura, el de Cervecería Austral en Punta Arenas, el de Kunstmann ubicado en Valdivia, y el Museo Cervecería Santa Fe en Argentina.

N° DE VISITANTES PLANTAS DE CCU Y SUS FILIALES EN 2007

CCU Chile	2.370
ECCUSA	20.748
Viña San Pedro	2.200
Viña Santa Helena	340
Viña Altaír	1022
Viña Tabalí	2400
Viña Leyda	100
Finca La Celia	569
CPCh	3.181
CCU Argentina	10.000
Austral	3.500
Kunstmann	320
Total	43.250

Donación Teletón 2007



CCU Y SUS PROVEEDORES: COLABORACION Y CONFIANZA

En sus múltiples actividades, CCU trabaja con un importante número de proveedores de materias primas, insumos, equipos y servicios, con los que establece relaciones responsables, basadas en la mutua confianza, en el respeto a las normas y al medioambiente, y especialmente, en la búsqueda por ofrecer los productos de mejor calidad a clientes y consumidores.

En 2007 la Compañía trabajó con aproximadamente 5 mil empresas proveedoras en Chile y con una cantidad cercana a 500 en el extranjero, materializando compras por un monto aproximado a US\$ 460 millones. A través de sus operaciones en Argentina, CCU se relacionó con más de 5 mil 300 proveedores y más de 250 fuera del país trasandino.

En este sentido, la Compañía cuenta con más de 10 mil proveedores locales en los países en los que opera, los que representan el 93% del total de empresas con las que se abastece.

CCU es la principal compradora a proveedores chilenos de cebada malteada, azúcar, botellas de vidrio, envases de aluminio, tapas plásticas y de hojalata, y etiquetas, contribuyendo de manera importante al desarrollo de las industrias relacionadas con el rubro en el que se desenvuelve.

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

Las empresas proveedoras más importantes, que suministran aproximadamente un 40% del monto anual de compras de CCU, son los que abastecen a la Compañía de:

- Cebada malteada
- Botellas de vidrio
- Envases de aluminio
- Azúcar
- Concentrados
- Resinas
- Tapas
- Combustible
- Refrigerantes
- Etiquetas
- Botellas plásticas

1-POLITICA DE PROVEEDORES DE CCU

La selección de proveedores y contratistas se rige según los principios dictados por el Código de Conducta en los Negocios 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”.

El objetivo de CCU es contar con proveedores que se ajusten a los principios por los que se rige la organización, los que están definidos y detallados en 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.- 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:

Con el objetivo de evaluar bajo un mismo parámetro a las empresas proveedoras de CCU y sus filiales, CCU creó el “Proceso de Certificación de Proveedores” un sistema de evaluación, certificación y seguimiento

CCU establece con sus empresas proveedoras relaciones responsables, basadas en la mutua confianza, en el respeto a las normas y al medioambiente, y en la búsqueda por ofrecer los productos de mejor calidad a clientes y consumidores.

de sus principales proveedores que permite encauzarlos en determinados estándares de trabajo, así como en el cumplimiento de normas ambientales, sanitarias, laborales y de calidad.

Cada una de las empresas que provee de insumos o servicios a CCU, es evaluada a fin de alcanzar la certificación como proveedor de la Compañía, de acuerdo al nivel de cumplimiento de los indicadores de la evaluación.

La calificación obtenida por los proveedores certificados durante este proceso, tiene relevancia en la selección y asignación de las compras que realiza CCU, lo que los incentiva a mejorar sus estándares.

Adicionalmente, se realiza un seguimiento para verificar que las empresas mantengan los estándares internacionales que CCU busca cumplir con rigurosidad, en aspectos relativos a la 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.

Hasta 2007 este programa ha permitido a la Compañía contar con un grupo de 237 proveedores evaluados, los que representan el 90% del monto total de compras que realiza la organización.

3- PORTAL DE INTERNET AL SERVICIO DE LOS PROVEEDORES

Buscando facilitar el proceso de adquisiciones CCU pone a disposición de sus empresas proveedoras un portal en internet que consta de un sitio de Compras por Catálogo y uno de Administración de Contratos.

A través de esta herramienta, los proveedores tienen acceso en línea a los requerimientos de CCU hechos a través del canal de Compras por Catálogo, pueden ingresar electrónicamente sus facturas al sistema contable de la Compañía, y tienen a su disposición la información de pagos. Además, gracias al Portal, se ha logrado optimizar los inventarios de materias primas, reducir los plazos de reposición, disminuir los gastos administrativos por un menor número de transacciones y minimizar los errores asociados a la digitación de documentos.

- Los montos transados a través del módulo de Compras por Catálogo en

2007, correspondientes a pedidos de elementos menores efectuados directamente por los usuarios de CCU, alcanzaron un total de \$980 millones.

- Para este mismo año la suma de las transacciones efectuadas a través del módulo de Administración de Contratos alcanzó \$29.580 millones.
- El Código de Conducta en los Negocios de CCU junto a un sistema de denuncias, 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.

La Compañía tiene como desafío traspasar a sus proveedores la necesidad de cumplir con principios establecidos en su “Código de Conducta en los Negocios CCU”, principalmente los que dicen relación con conceptos 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.

Sistemas y Servicios de Certificación





Informe de Sustentabilidad CCU 2007

Dimensión Ambiental



Jardines Planta Cervecería CCU Chile Antofagasta

El cuidado del medioambiente, así como la protección y convivencia armónica de sus operaciones productivas con su entorno, es una de los pilares de la sustentabilidad de CCU, y en ellos centra su preocupación.

A través de una sólida Política Medioambiental y herramientas de gestión, la Compañía busca incentivar un mayor interés de sus trabajadores y proveedores en relación a este tema, a la vez que realiza diversas acciones orientadas al desarrollo sustentable de la Compañía en su dimensión medioambiental.

1-PROCESO DIRECTIVO DE PRODUCCION, CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE

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 en CCU.

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

El módulo de Medioambiente de cada unidad se conforma a partir de los indicadores de normativa y gestión que a su vez se componen de factores como consumo, emisiones y reciclaje.

En el año 2007 se sumó al proceso directivo un nuevo módulo denominado de "Producción", con indicadores relativos a la productividad, eficiencia, control de mermas, y desarrollo y evolución de los sistemas de gestión de cada una de las instalaciones productivas de CCU.

Desde 2006 todas las unidades de negocio que consolidan en CCU se han

incorporado a este proceso. En 2007, se integró además Calaf y se espera que durante 2008, se comience con la implementación en las plantas productivas de Austral y Kunstmann.

Para la mayoría de los indicadores presentados en este capítulo se utilizó como fuente los datos obtenidos por el Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medioambiente, que relaciona esta información con los volúmenes en Hectolitros (HL) o en el caso de Calaf, cantidades en Hectokilos (HK), de productos por cada filial, permitiendo una comparación objetiva año a año.

En este capítulo se incluyen datos de Cervecería CCU Chile, CCU Argentina, Viña San Pedro, Embotelladora CCU, CPCh y Calaf.

El Proceso directivo de Producción, Calidad y Medioambiente se desarrolla bajo la Política Medioambiental de la Compañía que establece que "La sustentabilidad de CCU 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, revalorizar residuos y disminuir costos de producción y tratamiento, a través de tecnologías de producción limpia y una constante revisión de los procesos.

- **Legalidad:** Los negocios y procesos de la Compañía se desarrollan dentro de las disposiciones legales vigentes, y son 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.

• **La Política Medioambiental CCU promueve:**

- 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.

- Desarrollar 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 esta política, se creó un Comité Medioambiental, que coordina las acciones al interior de cada unidad de negocio y está conformado por los Coordinadores Medioambientales.

• **Evaluación de los impactos de las operaciones en las comunidades**

CCU desarrolla sus procesos y proyectos cumpliendo con las normas vigentes que establecen que todo proyecto implementado con posterioridad al año 1998 debe someterse al Sistema de Evaluación de

Impacto Ambiental (SEIA), ante 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.

2-UTILIZACION RESPONSABLE Y EFICIENTE DE LOS RECURSOS

CCU busca “optimizar el uso energético y el consumo de agua, así como potenciar la reutilización y reciclaje de residuos, mediante tecnologías apropiadas y económicamente viables”. En otras palabras, la Compañía se esfuerza por cuidar los recursos y utilizarlos de manera responsable y eficiente.

que se emplean en los procesos de la Compañía:

A pesar de que dos de sus filiales, VSP y CPCh, sólo comercializan sus productos en envases desechables, un 53% del volumen consolidado total de producto CCU se vende en botellas retornables, que se reutilizan hasta una docena de veces aproximadamente.

a) Materias primas y materiales de fabricación

A continuación se enumera las principales materias primas y materiales de fabricación

PRINCIPALES MATERIAL PRIMAS	TOTAL	UNIDADES
Azúcar Granulada	47.120.404	kg/año
Harina Galletera	1.814.400	kg/año
Materia grasa vegetal	1.047.025	kg/año
Malta	81.240.331	kg/año
Arroz	23.533.138	kg/año
Jarabe	85.955.800	kg/año
CO2 Kgs.	8.138.682	kg/año
Uva	119.601.365	kg/año
Pulpa de Fruta	5.874.162	kg/año
Alcohol 100°	4.495.586	lt/año
Vino	107.412.247	lt/año

PRINCIPALES MATERIALES DE FABRICACION	TOTAL	UNIDAD
Botellas (Vidrio)	281.495.821	kg/año
Botellas (Plástico)	349.019.908	kg/año
Latas (Aluminio)	5.476.113	kg/año
Tapa Corona y Rosca (metal)	72.224	kg/año
Tapas Rosca (plásticas)	442.181	kg/año
Empaques (Aluminio)	13.226	kg/año
Envoltorio polipropileno bi-orientado (BOPP)	15.463	kg/año
Envoltorio polipropileno bi-orientado perlescente (BOPPP)	8.057	kg/año
Estuches (BIBS + Tetrapak+ Combibloc)	3.300.000	kg/año
Cajas (Cartón)	3.040.000	kg/año

% Volumen Producido Según Envase



■ Retornable ■ Desechable

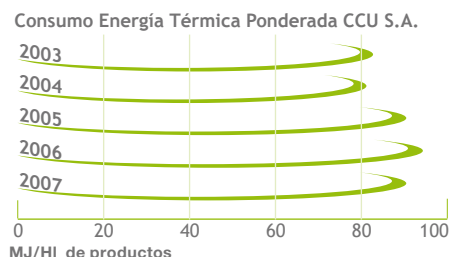
b) Consumo de Energía

Con una visión de rentabilidad tanto medioambiental como económica, CCU busca constantemente incentivar un menor consumo de energía dentro de sus unidades, además de reemplazar sus fuentes primarias por combustibles menos contaminantes. Cabe destacar, sin embargo, que el abastecimiento de Gas Natural proveniente de Argentina ha sufrido importantes recortes desde 2005. Durante el año 2007 el abastecimiento de Gas Natural llegó a menos del 15% y solo durante el primer semestre del año, siendo posteriormente nulo. Por esta razón la Compañía debió recurrir a otros combustibles alternativos. La energía

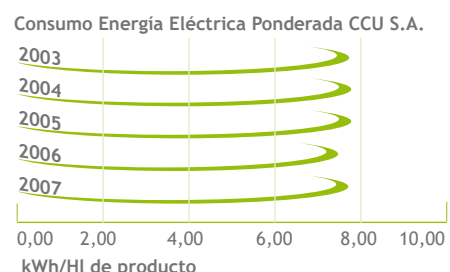
CONSUMO DE ENERGIA POR FUENTES PRIMARIAS

Generación de Energía Térmica	Gas Natural	13.330.847	[Nm3]
	Biogas	1.171.772	[Nm3]
	LPG	110.580	[kg]
	Diesel	9.726.507	[kg]
	Petróleo 6	5.450.524	[kg]
	Carboncillo	1.546.070	[kg]
	Leña	6.146.555	[kg]
Grúas	LPG	1.193.152	[kg]
Consumo EE	Adquirida	109.433.527	[kWh]
	Auto generada	779.514	[kWh]
	Total	107.394.828	[kWh]
% Generación		0,73	[%]

eléctrica auto generada, es utilizada en casos de emergencia para que los equipos industriales críticos, puedan continuar con sus procesos sin sufrir daños. Además, en algunos casos, se usa para compensar demandas máximas en horarios punta.



Los índices de consumo de energía térmica en CCU se han mantenido en los últimos 3 años, e incluso han manifestado un 3,8% de disminución con respecto a 2006. Esto, no obstante la inclusión de los consumos de las plantas de CPCh y Calaf, en 2006 y 2007, respectivamente, dos unidades que por la naturaleza de sus procesos, utilizan una mayor cantidad de energía térmica por unidad de producto.



En cuanto a la energía eléctrica, su consumo se ha mantenido en los últimos cinco años a una tasa promedio de 7,7 kWh/HI.

En las distintas filiales se implementaron programas de reducción de la energía consumida.

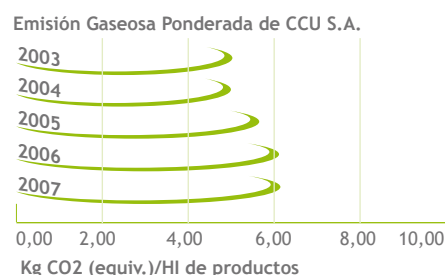
En 2007, CCU Chile produjo un ahorro en la energía eléctrica de 4%, debido al efecto positivo de los planes de ahorro implementados en sus tres plantas.

c) Emisiones gaseosas

La Compañía aplica un control estricto respecto de la combustión en sus fuentes fijas, con el fin de evitar impactos indirectos derivados de las emisiones de sus 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 relevante indicar que desde 2005 y especialmente en 2006 y 2007, el abastecimiento de gas proveniente de Argentina ha experimentado una importante reducción, por lo que la Compañía ha debido recurrir a combustibles alternativos que generan una mayor emisión gaseosa. No obstante lo anterior, CCU ha trabajado en mantener sus índices estables a pesar de los factores externos.



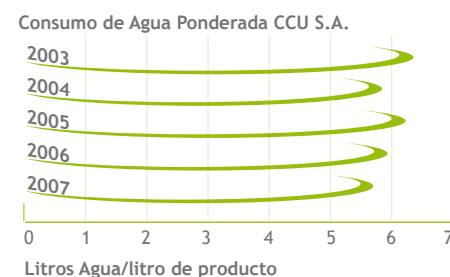
Por otro parte, en lo referente a sustancias que afectan la capa de ozono, CCU adhiere a las mejores prácticas internacionales. Los principales medios refrigerantes utilizados en los procesos industriales, así como en oficinas y ambientes especiales, son Hidroclorofluorocarbonos o HCFC's

(principalmente R22) e Hidrofluorocarbonos o HFC's, todos debidamente autorizados por la normativa internacional y nacional vigente. 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).

d) Consumo de Agua

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.

CCU está consciente de la importancia de este recurso 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.



En 2007 las unidades productivas de CCU utilizaron, en promedio, menos de 5,7 litros de agua por litro de producto de CCU, logrando una disminución progresiva entre 2003 y 2007 de 10,3% y un 4,5% en el último año.

Las cifras de consumo de agua en CCU están por debajo de la media de la industria del rubro y se encuentran en niveles internacionales de buenas prácticas.

Planta Cervecera CCU Chile Antofagasta



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.

e) Residuos Líquidos

A través del Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medioambiente, CCU se ha propuesto una óptima valorización de los residuos líquidos. En esta línea, se desarrolla una serie de proyectos, como la captura de polución, reutilización, reciclaje de aguas y separación de 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.

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

RILES SEGUN TRATAMIENTO		
Tratamiento ANAEROBIO	2.014.519	[m ³]
Tratamiento AEROBIO	66.000	[m ³]
Tratamiento mixto ANA/AER	484.055	[m ³]
Evaporación forzada	36.008	[m ³]
Tratamiento Físico Químico	185.692	[m ³]
Tratamiento AER tercerizado	4.616.375	[m ³]
Total	7.402.650	[m³]

Viña San Pedro, utiliza gran parte de sus aguas tratadas para el riego de parras. Asimismo, utiliza lubricantes secos en las líneas de producción, lo cual produce una menor cantidad de RILES. Por su parte, las plantas cerveceras de Antofagasta y Temuco utilizan aguas tratadas, en el riego de jardines e invernaderos. Está en trámite la autorización para que en una zona de escasez de agua como es la 2° región, la planta Cervecera CCU Chile de Antofagasta pueda regar sus jardines con una mezcla de aguas de procesos industriales y eventualmente riles. Calaf, en tanto, trabaja para disminuir la carga orgánica de sus Residuos Industriales Líquidos.

RILES SEGUN DISPOSICION		
Redes de Alcantarillado de E. Sanitarias	4.688.431	[m ³]
Cursos superficiales de Agua	2.605.710	[m ³]
Uso Interno calidad de riego	72.500	[m ³]
Evaporación forzada	36.008	[m ³]
Total	7.402.650	[m³]

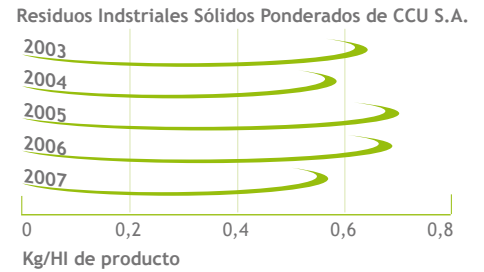
f) Residuos Sólidos

La totalidad de los residuos industriales sólidos (RILES) 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.



Los residuos industriales sólidos generados por las instalaciones productivas de CCU han disminuido en 17,5% respecto a 2006, incluso con la incorporación de las plantas de CPCh y Calaf.

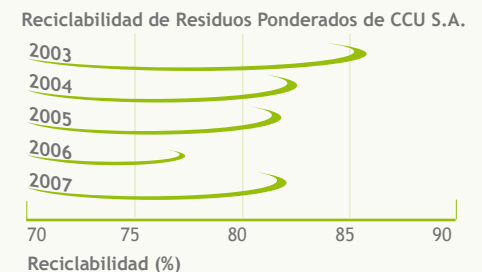
En 2007, aproximadamente el 0,1% de estos RILES correspondieron a residuos peligrosos, fundamentalmente del tipo aceites lubricantes usados, y materiales procedentes de las operaciones de mantenimiento, los que equivalieron a 156.785 Kg.

El destino de los Residuos Peligrosos (RESPEL) de la Compañía se realiza de acuerdo a la normativa chilena vigente al respecto.

g) 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 2007 la Compañía alcanzó un factor de reciclaje de 82%, un 6,1% mayor al año anterior.



Los productos reciclados son comercializados a empresas que les otorgan diversos destinos como elaboración de alimento para ganado o formulación de compost para abono y enriquecimiento de suelos, entre otros usos.

h) 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:

- Cervecera CCU Chile recicló más del 96% de sus residuos sólidos, principalmente orujos y levadura.
- CPCh logró sinergizar sus operaciones en la cuarta región, trasladando todos sus procesos de envasado a una sola planta productiva ubicada en Ovalle.

- CCU Argentina implementó el consumo de biogas en las calderas para disminuir sus emisiones de efecto invernadero.
- VSP reconfiguró el paletizado de sus productos en los envases de cartones, Tetrapak y Combibloc, para incluir más cajas por palets, y así optimizar sus procesos.

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

Además del acuerdo corporativo de CCU con Cenfa -explicado más adelante- para el reciclaje de las botellas PET, las filiales tiene sus propias iniciativas. En ECCU todo envase PET y PRB que se elimina, se vende

a terceros quienes lo muelen y convierten en hojuelas para su comercialización. CCU Chile cuenta con contratos con empresas tanto en Santiago como en Temuco para el reciclaje de los residuos de papeles y envases de aluminio. Tanto VSP como Cervecera CCU Chile tienen convenios con Cristalerías Chile para la recuperación de botellas de vidrio. Por su parte CPCh se asoció con empresas especializadas para el reciclaje del cartón, vidrio y plástico.

i) Biodiversidad

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

2-DIFUNDIENDO LA CONCIENCIA ECOLOGICA EN LA COMUNIDAD

Creando Conciencia Ecológica

- **“Vivero Cristal”:** En la IX región, en un terreno aledaño a su planta productiva en Temuco, CCU mantiene un vivero de especies nativas protegidas a nivel nacional que alberga ejemplares autóctonos tales como Araucarias, Canelos, Laureles, Notros, Avellanos, Ulmos, Raulíes, Maitenes, Coigües, Robles y Tineos.

Desde 2001 se realiza un programa de donaciones que en siete años ha permitido a CCU beneficiar con este apoyo a jardines infantiles de la Fundación Integra, familias del

programa Chile Barrio, parques nacionales de Conaf, centros hospitalarios, municipalidades, universidades y colegios, entre otros.

Hasta la fecha CCU ha donado a la comunidad más de 100 mil árboles nativos.

- **“Su Botella Ayuda a Muchas Familias”:** A comienzos de 2003, CCU, junto al Centro Nacional de la Familia (CENFA), CONAMA, Recipet y otras empresas del rubro de bebestibles, lanzó una campaña de reciclaje de botellas plásticas que busca unir los esfuerzos de la sociedad civil, la empresa y el gobierno es pos de la ayuda a familias necesitadas y la promoción de una mayor conciencia ecológica.

La recolección de envases PET se realiza mediante los “Contenedores Amarillos de Cenfa” instalados en lugares públicos, como accesos a supermercados, algunas plazas y condominios.

Junto con promover una mayor conciencia del cuidado del medioambiente, aportando a la disminución de los residuos sólidos domiciliarios que llegan a los vertederos, 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.

- **“Santa Fe Recicla”:** CCU Argentina participa junto a la Municipalidad de la Ciudad de Santa Fe del programa “Santa Fe Recicla”. Se trata de una campaña piloto de recolección diferenciada de botellas de plástico (PET), envases Tetra Brik®, envases de aluminio y vidrio no retornable post consumo para su reciclaje, con el objetivo de brindar un aporte concreto a la conciencia del cuidado del medio ambiente dentro de esta comunidad. Según la cantidad de kilos recolectados, CCU Argentina realiza una donación a la Asociación Cooperadora del Hospital del Niños de Santa Fe.

“Contenedores Amarillos de Cenfa”



RECONOCIMIENTOS A CCU

CCU ha sido permanentemente destacada en los rankings de excelencia empresarial que reconocen el trabajo con foco en la sustentabilidad realizado a lo largo de su historia de más de 150 años. El prestigio alcanzado es consecuencia del trabajo de cada una de las 4.700 personas que con compromiso y orgullo dan vida a CCU.

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.

2006

- Décimotercer 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.

2007

- Sexto lugar en encuesta Empresas más Admiradas del Diario Financiero y PricewaterhouseCoopers.
- Octavo lugar en el Ranking de Reputación Corporativa de La Tercera y Hill & Knowlton Captiva.
- Premio Capital Humano 2007, Universidad Tecnológica de Chile INACAP.
- Tercer Lugar "Memorias Sociedades Anónimas". Revista Gestión y PricewaterhouseCoopers.
- 100 mayores empresas de bebestibles del mundo. Revista Beverage World.
- Pisco Mistral. Effie de Oro. Categoría Relanzamiento. Effie Chile.
- Cerveza Cristal. Avisador del Año. Internet Advertising Bureau Chile.
- Cerveza Cristal. Achap de Plata y Bronce. Categoría Internet.

INDICADORES GRI

CODIGO GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
PERFIL		
1. Estrategia y análisis		
1.1	Declaración del Gerente General	3
2. Perfil de la Organización		
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 tipos de clientes	6
2.8	Dimensión de la Organización Informante	16, 20
2.9	Cambios significativos en la organización	12
2.10	Premios y distinciones	49
3. Parámetros del Informe		
Perfil del Informe		
3.1	Período cubierto por la información	12
3.2	Fecha del Informe anterior	12
3.3	Ciclo de presentación del Informe	12
3.4	Punto de contacto	12
Alcance y cobertura del Informe		
3.5	Proceso de definición del contenido del Informe	12
3.6	Cobertura del Informe	12
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura	12
3.8	Base para incluir información de los negocios conjuntos	12
3.9	Técnicas de medición de datos	12
3.10	Explicación de la reexpresión del Informe	12
3.11	Cambios significativos relativos al alcance, cobertura o valoración del Informe	12
4. Gobierno, compromisos, y participación de los grupos de interés		
Gobierno		
4.1	Estructura del Gobierno	30
4.2	Indicación si el Presidente ocupa un cargo ejecutivo en la organización	30
4.3	Número de miembros del Directorio independientes o no ejecutivos	30
4.4	Participación de accionistas y empleados	30
4.6	Procedimientos para evitar conflictos de interés	30
4.8	Declaraciones de misión, visión, valores, códigos de conductas y principios relevantes	7
Compromisos con Iniciativas externas		
4.12	Principios o programas desarrollados externamente	8, 32
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca	9
Participación de los grupos de interés		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido	13
4.15	Base para la identificación y selección de los grupos de interés	13
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés	13
DESEMPEÑO ECONOMICO		
EC1	Valor económico directo generado	16
EC3	Cobertura de la organización de planes de pensión	17
EC4	Ayudas financieras recibidas de Gobiernos	17
Presencia en el mercado		
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	17
EC7	Procedimiento para la contratación local y proporción de altos ejecutivos	17
DESEMPEÑO AMBIENTAL		
Materiales		
EN 1	Materiales utilizados	45
EN 2	Porcentaje de los materiales utilizados que son valorizados	45

Energía		
EN 3	Consumo directo de energía	45
EN 4	Consumo indirecto de energía	45
EN 5	Ahorro de la energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia	45
EN 7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	45
Agua		
EN 8	Captación total de agua	46
EN 10	Volumen de agua reciclada	47
Biodiversidad		
EN 11	Terrenos adyacentes o ubicados en espacios naturales protegidos	48
Emisiones, Vertidos y Residuos		
EN 16	Emisiones de gases de efecto invernadero	46
EN 18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases efecto invernadero	46
EN 19	Sustancias destructoras de la capa de ozono	46
EN 21	Vertimiento de aguas residuales	47
EN 22	Residuos gestionados según tipo de tratamiento	47
EN 24	Residuos tratados que se consideran peligrosos	47
Productos y servicios		
EN 26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	47
EN 27	Productos vendidos que son recuperados al final de su vida útil	48
DESEMPEÑO SOCIAL		
Desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo		
Empleo		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores	20
LA3	Beneficios sociales para los empleados	20
Relaciones empresa / trabajadores		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	21
Aspecto salud y seguridad en el trabajo		
LA 6	Porcentaje de trabajadores representados en comités de seguridad y salud	22
LA7	Tasas de absentismo, accidentes, días perdidos y número de víctimas mortales	22
LA8	Programas de prevención de riesgos	22
Formación y educación		
LA10	Promedio de formación al año por empleado	23
LA11	Programas de gestión de habilidades formación continua	23
LA 12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones de desempeño	
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		
Explotación infantil		
HR6	Incidentes de explotación infantil	9, 41
Trabajo Forzoso		
HR7	Incidentes de trabajo forzoso	9, 41
Desempeño de Sociedad		
Comunidad		
SO1	Evaluación de los impactos de las operaciones en las comunidades	45
Corrupción		
SO2	Unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos de corrupción	9, 30
SO3	Formación de los empleados en procedimientos anti-corrupción	9, 30
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	9, 30
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	28
Etiquetado de Productos y Servicios		
PR3	Tipo de información sobre los productos requeridos por la normativa y productos sujetos a tales requerimientos informativos	29
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	26
Comunicaciones de Marketing		
PR6	Adhesión a códigos voluntarios en comunicaciones de marketing, publicidad y actividades promocionales.	29



ABRE TU MUNDO
CCU