

# Informe de Sustentabilidad

CCU 2008

Dimensión Económica / Dimensión Social/ Dimensión Ambiental



# Índice

❖ I Mensaje del Gerente General .....	1
❖ II Perfil Corporativo .....	3
❖ III Alcance del Reporte y Diálogo con los Públicos .....	8
❖ III Dimensión Económica .....	10
❖ IV Dimensión Social .....	12
❖ CCU y sus Trabajadores .....	12
❖ CCU junto a sus Clientes y Consumidores .....	21
❖ CCU, Gobierno Corporativo y Accionistas .....	25
❖ CCU en sintonía con la Comunidad .....	27
❖ CCU y sus Proveedores: Colaboración y Confianza .....	36
❖ V Dimensión Ambiental .....	38
❖ VI Reconocimientos a CCU .....	45
❖ VII Indicadores de Sustentabilidad .....	46



# Mensaje del



# Gerente General

Me es muy grato presentarles la sexta versión del Reporte de Sustentabilidad CCU correspondiente al ejercicio 2008, documento elaborado por nuestra Compañía que da cuenta de la permanente relación de transparencia entre CCU y sus grupos de interés, a la vez que refleja la inclinación de todos quienes trabajamos en CCU por entender y satisfacer sus necesidades e intereses.

La rentabilidad, junto al crecimiento y la sustentabilidad, son los pilares que guían el desarrollo de los negocios en que participamos, siendo esta última una forma de progreso que conjuga las necesidades de hoy sin comprometer el desarrollo económico, social y ambiental de las futuras generaciones.

Es por esto que CCU ha hecho de la Responsabilidad Empresarial uno de sus principales intereses, lo que nos ha llevado a adoptar políticas y acciones transversales a toda la organización.

Además, nuestro Reporte de Sustentabilidad es una tarea que hemos desarrollado en forma consistente, para mostrar este compromiso que tenemos con nuestros trabajadores, accionistas, clientes, consumidores, proveedores y la comunidad en general.

En el transcurso de 2008, en CCU no hemos hecho otra cosa que actuar de acuerdo a nuestros objetivos estratégicos y a nuestra Misión que establece: "... nos gusta el trabajo bien hecho, por el bien de las personas...". El presente reporte da cuenta de aquello.

Por cuarto 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 2007, 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, en 2008 CCU marcó nuevos máximos históricos 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 2008 continuamos desarrollando acciones orientadas a potenciar el bienestar de nuestros trabajadores y familias; a estrechar nuestra relación con clientes, consumidores y proveedores, a la vez que mantuvimos nuestro compromiso con los más altos estándares de gobierno corporativo. Asimismo, nos acercamos a la comunidad a través de Programas como "CCU en el Consumo Responsable de Alcohol", "CCU en el Deporte", "CCU en la Cultura" y "CCU en el Apoyo Solidario", iniciativas consistentes en el tiempo y que llegan cada vez a más personas.

En lo referente a nuestro Desempeño Medioambiental el Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medioambiente continuó coordinando los planes y compromisos de toda la Compañía en estas áreas, poniendo especial énfasis en la utilización responsable y eficiente de los recursos en nuestros procesos industriales.

Conciente de que aún queda mucho por hacer, los invito a revisar las siguientes páginas que dan cuenta de la firme convicción de CCU por desarrollar su negocio de manera amigable y cercana a su entorno, por la senda de la sustentabilidad.

Patricio Jottar N.

Gerente General

CCU S.A.



# Diseño Corporativo

## Unidades Principales

### Directorio



General Manager  
Patricio Jottar Nasralah

#### Unidades Estratégicas de Negocio (UEN)



Vina San Pedro Traveler (C)  
Javier Bitar Hirmas



Comercio CCU Chile  
Theodorus De Rond



ECOLISA  
Francisco Diharosari Domínguez



Comercio Productos de Chile  
Alvaro Fernández Fernández



Cia. Chivacana Kunstmann  
Armin Kunstmann Telge



Agrupación CCU - Nestlé Chile S.A.  
Fernando Mora Aspe



Comercio Alimentos  
Eugenio Prieto Katunovic



Comercio CCU Argentina  
Fernando Sanchis



Foods  
Carolina Schmidt Zaldívar

#### Unidades Estratégicas de Servicio (UES)



Administración CCU  
Hugo Ovando Zalazar



PLASCO  
Santiago Toro Ugarte

#### Unidades de Apoyo Corporativo (UAC)



Asesoría LEGAL  
Marcela Achurra González



Asesoría Contable  
Marisol Bravo Léniz



Relaciones Públicas  
Pablo De Vecovi Ewing



Comercio General  
Roelf Duursema



OPERACIONES  
Dirk Lelsewitz Timmermann



DESARROLLO  
Hugo Ovando Zalazar



Administración y Finanzas  
Ricardo Reyes Mercandino

Unidades que No Consolidan

# Perfil

## Corporativo

En 1902 se constituye CCU S.A., conformada por un grupo de cerveceras de la época. Hoy es una empresa diversificada de bebidas y alimentos con más de 80 marcas. 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 alimentos listos para consumir.

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 2008 son: Inversiones y Rentas S. A. (66,1%) - Sociedad dividida en partes iguales entre Qui enco S. A., Holding del grupo Luksic, y Heineken-, ADR's (9,4%), AFPs (11,4%), Otros accionistas minoritarios (13,1%).

En 2008 CCU comercializó 15,8 millones de hectolitros (HL) de bebestibles, un 10,5% superior al 2007, 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 en Vitacura 2670, Las Condes.

### 1- Bebidas con Alcohol

#### a) 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 Black Lager y su más reciente lanzamiento Cristal CER0,0 . 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.



### b- Cervezas en Argentina

En el mercado Argentino, sus marcas de cerveza son Schneider, Budweiser Heineken, Salta, Santa Fe, Córdoba, Bieckert, Palermo, Imperial, Corona, Guinness, Negra Modelo, Bieckert, Imperial y Palermo.

### c- Vinos

En el segmento vitivinícola, CCU participa a través de su filial Viña San Pedro Tarapacá Wine Group (VSPT Wine Group), que reúne a Viña San Pedro, Viña Tarapacá ex Zavala, Viña Santa Helena, Viña Misiones de Rengo, Altair Vineyards & Winery, Viña Mar, Viña Casa Rivas, Finca La Celia y Bodega Tamarí en Argentina, y Viña Valles de Chile (Viña Leyda y Viña Tabalí). Cada una de estas viñas ha desarrollado y comercializa su propio portafolio de marcas en Chile y el extranjero, llegando a más de 80 países en el mundo.

### d- Licores:

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, Ruta Piña Colada, Campanario Sour, Campanario Pica, Campanario Mango, Campanario Berries, Campanario Chirimoya Colada, Campanario Piña Colada, Campanario Melón Colada, Campanario Melón Tuna Colada y La Serena Sour. En el segmento ron cuenta con Ron Sierra Morena y Sierra Morena Imperial.

## 2- Bebidas sin Alcohol

### a- 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 y Pepsi. 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.

### b- Néctares

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.

### c- Aguas Minerales y Purificadas

En su portafolio de aguas embotelladas CCU cuenta con las marcas Cachantun, Mas de Cachantun, Porvenir, y la purificada Nestlé Pure Life.

### d- Bebidas Funcionales

En esta categoría, CCU cuenta con las bebidas isotónicas Gatorade y Propel by Gatorade, la energética Adrenalina Rush, y el té helado Lipton Ice Tea.

## 3- Alimentos Listos para su Consumo

A través de Foods Compañía de Alimentos CCU S.A, la Compañía participa del negocio de los productos alimenticios listos para consumir (Ready to Eat) bajo distintas marcas. Actualmente se está desarrollando la categoría de cereales bajo la marca Natur, la de confites con Calaf, y la de productos horneados bajo la marca Nutra Bien.

### - Estructura Corporativa

En CCU trabajan más de 5 mil personas que desarrollan sus labores en alguna de las distintas 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: Cervecería CCU Chile, Cervecería CCU Argentina, Embotelladora CCU, Viña San Pedro Tarapacá S.A., Cervecería Austral S.A., Compañía Cervecería Kunstmann y Foods Compañía de Alimentos S.A. Su trabajo se centra en la Producción, Venta 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.

Bebidas con Alcohol	Cervezas en Chile	Cerveza Cristal, Escudo, Royal Guard, Morenita, Dorada, Lemon Stones, Heineken, Budweiser, Paulaner, Austral, Kunstmann
	Cervezas en Argentina	Schneider, Budweiser, Heineken, Salta, Santa Fe, Córdoba, Corona, Guinness, Negra Modelo, Bieckert, Palermo, Imperial
	Vinos	Cabo de Hornos, 1865, Castillo de Molina, 35 Sur, Las Encinas, Urmeneta, Gato, Manquehuito, Tarapacá, León de Tarapacá, Milenium, Natura Plus, Zavala, Santa Helena, Misiones de Rengo, Altair, Viña Mar, Casa Rivas, Supremo, La Celia, La Consulta, Tamarí, Leyda, Tabalí
	Licores (Pisco y Ron)	Campanario, Ruta Norte, Mistral, Control C, La Serena, Tres Erres, Ron Sierra Morena
Bebidas sin Alcohol	Gaseosas	Bilz y Pap, Kem, Kem Xtreme, 7Up, Pepsi, Crush, Limón Soda, Canada Dry Ginger Ale, Canada Dry Agua Tónica
	Néctares	Jugos y néctares Watt's, Watt's Soya, Yogu Yogu, Shake a Shake, Icefrut
	Aguas Minerales y Purificadas	Cachantun, Mas de Cachantun, Porvenir, Nestlé Pure Life
	Bebidas Funcionales (Isotónicas, Energéticas, Té Helado)	Gatorade, Propel by Gatorade, Adrenaline-Rush, Lipton Ice Tea
Alimentos Listos para su Consumo	Confites	Calaf
	Cereales	Natur
	Horneados	Nutra Bien



De acuerdo al Plan Estratégico 2008-2010 la Misión de CCU es:

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

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

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.

## ❖ 2- Principios y Pilares Estratégicos

Los cuatro principios de CCU son:

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.

CCU desarrolla su negocio basada en tres orientaciones estratégicas:

- 1) **Rentabilidad:** Maximizar el valor de los negocios en su dimensión actual
  - a) Optimizando márgenes directos, reduciendo gastos y –en general– generando excelencia operacional (hacer las cosas mejor y a menor costo en forma permanente) en todos sus procesos, y
  - b) Optimizando el capital empleado.
- 2) **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.
- 3) **Sustentabilidad:** Asegurar el valor de la Compañía con 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- Políticas 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 2.200 documentos que se encuentran publicados, son revisados y actualizados anualmente, proceso que junto con la incorporación de nuevo material, se ha realizado sistemáticamente durante 2008.

#### 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, CCU realizó el “Curso Código de Conducta en los Negocios”, en formato e-learning a través de la Intranet, en el que hasta 2008 han participado los trabajadores corporativos de la Compañía y los de las filiales en Chile. Próximamente se hará extensivo al resto del personal en nuestra filial en Argentina. 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. 25).

#### 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 38

#### 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” que se entrega a cada trabajador al ingresar a la Compañía, CCU orienta a todos sus colaboradores en el fiel cumplimiento de las normas relativas a los productos con alcohol:



## Política de Alcohol CCU:

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



## d) CCU: Código sobre Comunicaciones Responsables

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

Ver capítulo: CCU Junto a sus Clientes y Consumidores en página 21

## 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:



## 5.- Membresías

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), Asociación Gremial de Vinos de Chile (a través de Viña San Pedro Tarapacá S.A.), Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANBER), Asociación Chilena de Empresas de Bebidas Espirituosas Pro Consumo Responsable (APROCOR), Asociación Nacional de Avisadores (ANANDA), Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA),

Acción RSE, Generación Empresarial, Cámara Chileno Norteamericana de Comercio (AMCHAM), Cámara Chileno Croata y Comisión Nacional de Educación de Tránsito (CONETRA).

## Los Diez Principios del Pacto Global:

### Derechos Humanos

1. Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados a nivel internacional.
2. Evitar verse involucradas en abusos de los Derechos Humanos.

### Normas Laborales

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

### Medioambiente

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

### Anti-Corrupción

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

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.



# Alcance del Reporte

## y Diálogo con los Públicos

### 1- Parámetros del Reporte

A partir de 2003, CCU reporta anualmente a través de su Informe de Sustentabilidad, las actividades 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 2008 tuvo lugar el 17 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 2008.

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

### 2- Definición 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 2008 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 Producción, 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 julio de 2008 CCU anunció la fusión de su filial Viña San Pedro S.A. con Viña Tarapacá S.A. Adicional a este hecho, no se registraron



otros cambios significativos en la estructura corporativa o naturaleza del negocio en relación con 2008. 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 y 2007, 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.cl](http://www.ccu.cl) y en la página web de Relación con Inversionistas, donde se pueden encontrar los documentos de años anteriores y la Memoria Financiera.

#### ❖ 4- Índice del Contenido Global Reporting Initiative (GRI)

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

De la misma manera, la tabla de contenidos de indicadores del GRI reportados en este informe está detallada en la página 46.

#### ❖ 5- Conversando con sus 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.

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 trabajadores, inversionistas, consumidores, comunidad, socios comerciales, proveedores, autoridades e instituciones.

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

Público	Capítulo	Página
Trabajadores	Ver: CCU y sus Trabajadores	12
Clientes y Consumidores	Ver: CCU junto Clientes y Consumidores	21
Accionistas	Ver: CCU, Gobierno Corporativo y Accionistas	25
Proveedores	Ver: CCU y sus Proveedores	36
Gremios	Ver: Perfil Corporativo	3
Comunidad	Ver: CCU en sintonía con la Comunidad	27
Autoridades, Líderes de Opinión y Medios de Comunicación	Ver: "CCU en sintonía con la Comunidad" y "Dimensión Medio ambiental"	27, 38

Es fundamental para la gestión de CCU construir relaciones de confianza con sus grupos de interés, para lo cual la entrega oportuna de información es necesaria ya que genera cercanía y perspectivas realistas entre las partes interesadas.

También es fundamental la experiencia de retroalimentación con su públicos, la que materializa a través de encuestas de opinión que identifican la evaluación que el público hace de la Compañía.



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 CCU con información detallada para inversionistas y público en general. Para más detalles: [www.ccu.cl](http://www.ccu.cl)

# Dimensión Económica

## 1-Desempeño económico

CCU marcó nuevos máximos históricos en 2008. Los volúmenes consolidados anuales alcanzaron 15,8 millones de hectolitros (HL), los ingresos por ventas crecieron 14,3% llegando a \$781.789 millones, el resultado operacional aumentó 9,7%, totalizando \$121.066 millones y el EBITDA se incrementó 10,5% alcanzando \$176.648 millones.

La utilidad neta disminuyó 4,2%, alcanzando \$82.631 millones, principalmente influido por la ausencia en 2008 de una ganancia no recurrente obtenida en 2007, relacionada con la asociación con Nestlé en el negocio de las aguas.

Ventas en Millones de Pesos por Segmento												
	Cervezas en Chile		Cervezas en Argentina		Bebidas No Alcohólicas		Vino		Licores		Otros	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Productos principales	265.729	278.777	74.26	139.544	187.353	197.92	87.986	94.535	42.599	41.452	11.801	13.228
Otros productos	4.778	5.79	1.174	3.892	984	1.191	6.76	5.025	778	436	-	-
Total	270.507	284.567	75.434	143.437	188.337	199.111	94.746	99.56	43.377	41.888	11.801	13.228
% cambio	5,2%		90,1%		5,7%		5,1%		-3,4%		12,1%	

### Valor económico generado

Valor económico distribuido en millones de \$	
Costos de explotación	369.739
Gastos de administración y ventas	290.985
Pagos a inversionistas	50.123
Impuestos	14.085
Donaciones a la comunidad	546

- **Inversionistas:** CCU cuenta con una política de dividendos que reparte como mínimo el 50% de las utilidades líquidas del año. Durante 2008 entregó dividendos por \$50.123 millones a sus accionistas, con cargo a las utilidades de 2007.
- **Impuestos:** Durante el período que cubre este documento, CCU pagó en impuestos en Argentina y Chile un total de \$14.085 millones, un 22,4% menos que en 2007, principalmente explicado por los menores resultados tributarios generados por la Matriz durante el período.

- **Donaciones a la Comunidad:** CCU destinó durante 2008 recursos con fines sociales y deportivos, a proyectos educacionales, institutos profesionales, universidades y a instituciones culturales, entre otros, equivalente a \$546 millones. Adicionalmente, a través de sus marcas Cerveza Cristal, Agua Mineral Cachantun, Pepsi y Pisco Campanario, en 2008 la Compañía realizó un aporte solidario de \$337.046.779 millones.

### Balance General Consolidado

#### Cobertura de las obligaciones de la organización para planes de pensiones

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



Balance General Consolidado	2007	2008
Total Activo Circulante	364.167	375.711
Total Activo Fijo	429.045	519.520
Otros Activos	106.973	177.722
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>900.185</b>	<b>1.072.953</b>
Total Pasivo Circulante	164.129	273.368
Total Pasivo a Largo Plazo	239.048	209.539
Interés Minoritario	59.453	93.800
Total Patrimonio	496.246	496.246
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>900.185</b>	<b>1.072.953</b>

### • 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 Participación de los Segmentos

CCU participa en 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 Tarapacá S.A.

Participaciones de Mercado 2008	
Cervezas en Chile (1)	86,0%
Cervezas en Argentina (2)	20,8%
Gaseosas (3)	24,7%
Agua Mineral (3)	67%
Néctares Embotellados (3)	56%
Vino Doméstico (3)	22,4%
Vino Exportación Envasado (4)	10%
Pisco (3)	44%
Ron (3)	12,4%

(1) Últimos datos disponibles cierre 2007.

(2) Últimos datos disponibles estimación Cámara de la Industria Cervecera mes de enero 2009. Se consideran los volúmenes de ICESA desde abril 2008

(3) Últimos datos disponibles bimestre diciembre-enero 2009 Nielsen.

(4) Últimos datos disponibles Asoc. Viñas de Chile enero 2009.

Viña San Pedro consolida con Tarapacá desde octubre-noviembre 2008.

### • Relación 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. 36.

### • Procedimientos para la contratación local

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



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 158 años los principios que guían el desarrollo sustentable de CCU.

# Dimensión Social

## CCU y sus Trabajadores

### 1- Los Trabajadores, el Motor de CCU

En CCU trabajan más de 5 mil 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, Foods cuenta con una dotación de 358 personas, Cervecería Austral S.A. 37 y Viña Tabalí S.A. 73.

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

### 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. También se entrega vestuario de trabajo a operarios, vendedores y personal administrativo según la naturaleza de sus labores.

Estos beneficios también alcanzan a sus familiares. En 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

**DOTACION DE CCU Y SUS FILIALES POR NIVEL, A DICIEMBRE DE 2008**

	Gerentes y Ejecutivos Principales	Profesionales y Técnicos	Trabajadores	Total General
Matriz	63	259	98	420
CCU Chile	32	145	501	678
ECCUSA *1	21	113	739	873
VSPT * 2	38	214	860	1112
CPCh	21	37	172	230
CCU Argentina	6	438	378	822
PLASCO	2	12	102	116
Transportes CCU	13	67	654	734
Comercial CCU	10	57	272	339
Kunstmann	3	13	35	51
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>1.355</b>	<b>3.811</b>	<b>5.375</b>

\*1 ECCUSA incluye vending y Aguas CCU Nestlé.

\*2 VSPT incluye Viña San Pedro, Viña Santa Helena, Viña Altaír, Finca La Celia y Tarapacá.

familias. En 2008 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.

### 3- Relación con los Trabajadores

La política de CCU es de apertura a la formación y desarrollo de sindicatos. Se garantiza la más completa libertad de asociación. En Chile, alrededor de un 55% de la dotación de la Compañía está sindicalizada y existen actualmente 40 sindicatos.



BENEFICIOS OTORGADOS A LOS TRABAJADORES DURANTE 2008		
Programa	Descripción	Nº de Beneficiarios (a diciembre de 2008)
Asignación de escolaridad	Cantidad de dinero otorgada al trabajador de acuerdo a los hijos que acrediten cursar algún nivel de escolaridad.	3.063
Bono feriados	Cantidad de dinero otorgada al trabajador cuando hace uso de a los menos 10 días de vacaciones.	3.063
Aguinaldo Fiestas Patrias y Navidad	Beneficio en dinero durante las Fiestas Patrias y de Navidad.	3.063
Bono Movilización	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su traslado al lugar de trabajo.	3.063
Transporte de acercamiento turnos nocturnos	Movilización otorgada por CCU que facilita el acercamiento del trabajador al lugar de trabajo en horarios con poca movilización pública.	4.007
Vestuario de trabajo	Vestuario otorgado por la empresa según la naturaleza de las labores.	3.280
Fiesta de Navidad familiar	Beneficio que entrega a los funcionarios y sus familias con motivo de la Navidad.	4.085
Regalo de Navidad a hijos de funcionarios	Regalo de la Compañía a los hijos menores de 12 años de los funcionarios con motivo de la Navidad.	4.085
Regalo de canasta familiar	Beneficio que busca compensar los gastos en que incurre el trabajador durante las Fiestas Navideñas.	4.085
Bonos matrimonio (dinero y días de vacaciones)	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo de su matrimonio.	2.925
Gastos de fallecimiento familiar directo	Cantidad de dinero otorgada al trabajador por motivo del fallecimiento del algún familiar directo.	3.031
Seguro de Vida	Cantidad de dinero (Prima) pagada por la empresa a las compañías de seguros por cada trabajador.	2.909
Asignación de natalidad	Cantidad de dinero otorgada por motivo del nacimiento de un hijo del trabajador.	2.925
Servicio de bienestar	Cantidad de dinero pagada por la empresa a los Servicios de Bienestar por cada trabajador.	2.476
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.	3.329

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.

#### 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.

En el 2008 se incorporaron a la encuesta de Clima Organizacional dos nuevas preguntas, las que tienen relación con el orgullo de trabajar en CCU y el Trabajo en Equipo. Ambas categorías mostraron un muy buen indicador de satisfacción laboral.



ANÁLISIS CLIMA ORGANIZACIONAL CCU S.A. Y SUS FILIALES							
	% de Satisfacción Laboral						
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Matriz (CCU S.A.)	66%	76%	79%	78%	78%	82%	85%
Aguas CCU Nestlé	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	72%
CCU Argentina	67%	63%	73%	71%	71%	73%	73%
CCU Chile	69%	70%	76%	75%	83%	80%	76%
Comercial CCU	N/D	N/D	N/D	N/D	78%	74%	75%
CPCh	N/D	N/D	N/D	71%	78%	74%	71%
ECCUSA	67%	69%	69%	66%	65%	67%	73%
Kunstmann	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	55%
Plasco	68%	69%	63%	70%	64%	67%	67%
Transportes CCU	68%	69%	72%	68%	73%	70%	74%
VSPT	63%	68%	66%	67%	66%	67%	67%
Consolidado	67%	69%	72%	70%	72%	72%	73%

### • Cultura Organizacional

La medición de Cultura Organización se realiza en CCU cada dos años. En 2008 la medición mostró los siguientes resultados, siendo el perfil cultural deseado un 20% de Cultura tipo Clan, Adhocracia y Jerarquía y un 40% de Cultura Tipo Mercado:

Resultado Consolidado CCU	
% de Cultura Tipo Clan:	24
% de Cultura Tipo Adhocracia:	19
% de Cultura Tipo Mercado:	31
% de Cultura Tipo Jerárquica:	26

### • 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 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., mientras que la más baja es en Plasco 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.

### Distribución Porcentual de Trabajadores de CCU y sus Filiales, por género, a Diciembre de 2008

	% Mujeres	% Hombres
Matriz	32	68
CCU Chile	10	90
ECCUSA	7	93
Aguas CCU Nestlé	6	94
VSPT	24	76
CPCh	12	88
CCU Argentina	7	93
PLASCO	2	98
Transportes CCU	4	96
Comercial CCU	5	95
Total	13	87



## 5.- Prevención de Riesgos

### Comentarios por empresa

#### CCU S.A.

En el año 2008 los resultados de CCU S.A. se mantuvieron estables. 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 2008 en relación a la Tasa de Accidentabilidad se mantuvieron con respecto al año 2007. Cabe destacar, sin embargo, que durante el 2008 la planta Cervecera CCU Chile ubicada en Temuco, alcanzó el nivel de cero accidentabilidad anual.

Durante el año 2008 se aplicó el Plan de Prevención de Riesgos, en el cual se establece la Política de Seguridad y Salud Ocupacional, Asignación de Responsabilidades y calendarización de actividades tales como: Capacitaciones, simulacros de emergencia, evaluación de higiene industrial, promoción de la seguridad con la Campaña "Prevenir ese es el Punto", análisis de accidentes y la identificación y evaluación de riesgos

que es análisis de peligros, de acuerdo a las OHSAS 18001. Además se aplicó el Sistema la gestión de seguridad y salud, dirigido 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 2008 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.

Para el año 2009 se han propuestos diferentes acciones, con la finalidad de revertir el indicador de Tasa de Siniestralidad, principalmente levantar el Pilar de Seguridad bajo concepto de OCA (Optimización de Cadena del Valor) y consolidar la implementación de OSAS 18001.

#### ECCUSA

Embotelladoras CCU (ECCUSA) durante 2009 en la constante preocupación por la salud y seguridad de sus trabajadores se ha propuesto emprender diferentes actividades para revertir los índices obtenidos durante el 2008, como ser, Charlas de 5 minutos, coaching a trabajadores, inspecciones planeadas y no planeadas, programa de prevención jefes de áreas, etc.

INDICE DE ACCIDENTABILIDAD					
Empresa	Promedio de trabajadores (*)	N° de accidentes	Días perdidos	Tasa de Accidentabilidad	Tasa de Riesgo o Siniestralidad
Matriz (CCU S.A)	436	3	7	0,7	1,6
CCU Chile	762	31	847	4,0	111
ECCUSA	956	68	759	7,1	79,4
Aguas CCU Nestlé	94	5	66	5,3	70,2
VSPT	1.304	19	218	1,5	16,7
CPCh	308	20	246	5,4	79,8
CCU Argentina( ** )	968	82	1.527	8,5	157,7
Plasco	122	14	137	11,5	112,8
Transportes CCU	811	54	918	6,7	113,2
Comercial CCU	257	8	121	3,1	47,1
Kunstmann	60	12	63	20	105
Foods Cía. de Alimentos	347	44	396	12,7	114,2
<b>Total</b>	<b>6.425</b>	<b>360</b>	<b>5.305</b>	<b>5,6</b>	<b>82,6</b>

(\*) Promedio de trabajadores incluye a todos los de planta y de temporada durante 2008  
 (\*\*) Incluye Planta Luján



### VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ S.A.

Viña San Pedro Tarapacá mantiene su compromiso por mejorar en Salud y Seguridad para todos sus trabajadores. Este compromiso, se ve reflejado en las constantes mejoras que se aplican en las Plantas industriales, Bodegas de Vinos y Campos Agrícolas.

En cuanto a los Indicadores de Consecuencias registrados durante el año 2008, se destaca:

- La Tasa de Accidentabilidad acumulada llegó a 1,46% y comparada con la registrada durante el año pasado ( 1,25%) hubo un aumento de un 17%. Esto se explica por la acumulación de 19 accidentes en comparación a los 17 registrados en el año 2007. De todas formas el indicador se mantiene bajo un 2%, lo que se considera bueno.
- La Tasa de Siniestralidad acumulada llegó a 16,7, muy por debajo de la obtenida durante el año 2007 (28,4). En este indicador se logró una baja de un 41% respecto al año pasado. La baja en este indicador se debe a que sólo se registraron 218 días perdidos versus 387 días acumulados durante al año 2007.

### COMPAÑÍA PISQUERA DE CHILE

En el periodo correspondiente al año 2008, las plantas de CPCh lograron disminuir su accidentabilidad en un 60%, viéndose reflejada en la Tasa de Riesgo que se redujo en un 20% aproximadamente. No obstante, dada la baja en la cantidad de horas hombre, el índice de Frecuencia se incrementó en un 13 por ciento.

Por lo tanto, el objetivo inmediato de CPCh es lograr disminuir los accidentes del periodo, a través del programa enfocado hacia la conducta del trabajador y los Comités Paritarios de cada Planta. En 2009 se pretende disminuir la cotización adicional de un 0,68% a un 0,34%.

### CCU ARGENTINA

En el año 2008 se concretó la incorporación de la Planta Luján, razón por la cual los resultados de la siniestralidad consolidada incluye los accidentes y días perdidos de dicha Planta.

La realidad marca que los índices de accidentalidad y riesgo se han incrementado, en gran parte debido al equipamiento de la nueva Planta en la que la Compañía tiene previsto invertir para su mejora sustancial.

Por otra parte, en Santa Fe prácticamente se mantuvo el número de accidentes, los cuales en su gran mayoría, fueron de carácter leve (con efectos de carácter presumibles dado que se trataron mayormente de lesiones ligamentosas y traumáticas sin evidencia externa); en el caso de la tasa de riesgo, Santa Fe disminuyó la pérdida en 150 días aproximadamente situación que no refleja la tasa dado el incremento presentado en la Planta Luján. Respecto a Salta, se mantuvo en los resultados de los últimos años.

Para el presente año se espera que a partir del desarrollo y cumplimiento de los master plan OCA tanto en la línea piloto como en las demás áreas, la situación tienda a mejorar bastante. En términos de mejoras en las instalaciones, en Santa Fe se cumplió con la etapa 2 del proyecto de instalación de sistemas de detección y alarma además de ampliar la red de agua de incendio, como hecho mas relevante.

### PLASCO

No obstante haberse incrementado levemente el número de accidentes y días perdidos, respecto al año anterior, de mantenerse o mejorarse la actual tendencia que muestra la tasa de siniestralidad, Plasco estaría en condiciones de disminuir su tasa de riesgo para el próximo periodo en forma considerable.

### TRANSPORTES CCU

Transportes CCU durante el año 2009 reorientará su gestión de seguridad trabajando coordinadamente con el apoyo de la Mutual de Seguridad de la Cámara Chilena de la Construcción, principalmente, en reforzar el sistema de gestión programa empresa competitiva, realización de auditorías, y potenciando los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad que son los pilares fundamentales en la prevención de accidentes por la participación de los trabajadores en éstos.

### COMERCIAL CCU S.A.

A dos años de la implementación de los Comités Paritarios formados en Comercial CCU y del un programa de Prevención de Riesgos, centrado principalmente en la Capacitación al personal de ventas en la prevención de riesgos por el desarrollo de las labores propias de su actividad, se ha logrado controlar y disminuir la ocurrencia y criticidad de los accidentes. Esto se ha expresado en una disminución de los accidentes y días perdidos finalizando el año con un Índice de Accidentabilidad de un 3,1% y una tasa de Riesgos de un 47%.





Premiación CCU y Escudo en Marketing Hall of Fame

### **CERVECERA KUNSTMANN**

En Compañía Cervecería Kunstmann S.A., se implementó durante el año 2008 un programa de prevención de riesgos, centrado principalmente en la formación y funcionamiento permanente del Comité Paritario, para controlar y disminuir la ocurrencia y criticidad de los accidentes. Sin embargo, a pesar de disminuir los días perdidos y mantener el número de accidentes, los indicadores de Accidentabilidad y Riesgo aumentaron a un 20% y 105%, debido principalmente a una importante disminución en el número de trabajadores contratados durante el año 2008.

### **FOODS COMPAÑÍA DE ALIMENTOS CCU**

Foods S.A. implementó durante el año 2008 un programa de prevención de riesgos basado en la capacitación al personal en materia de derecho al saber y seguridad en el trabajo.

Estas acciones, más las que se efectuarán en el año 2009, proyectan que de seguir esta tendencia se mantendrán las actuales tasas de cotización adicional vigentes, las que ya sufrieron rebaja en este período fruto del trabajo efectuado en gestión de seguridad.

## **❖ 6.- Promoviendo el Desarrollo de los Trabajadores**

Con el propósito de mantener actualizadas las competencias requeridas para los nuevos desafíos de CCU, la compañía está permanentemente evaluando programas, metodologías y cursos de Capacitación y Desarrollo profesional que nos permitan tanto ganar en competitividad y capacidad organizacional, como desarrollar a nuestra gente hasta su máximo potencial y contribuir al incremento de su empleabilidad.

En Chile, durante 2008, las actividades de capacitación gestionadas por UACs, UENs Y UESs procesadas a través de la Unidad Corporativa de Capacitación significaron 116.461 horas hombre, totalizando 5.105 participantes, lo que representa una inversión total de \$ 538.767.746. Se dictaron 900 cursos; técnicos en procesos productivos, automatización, tecnología, ventas, especialización administrativa, implementación de OCA, entre muchos otros. Considerando el número total de trabajadores de las unidades de CCU que operan a través de la Unidad Corporativa de Capacitación, en el año 2008 se ha logrado un promedio de 31 horas de capacitación por trabajador, indicador superior en un 47% a las 21 horas alcanzadas el año 2007.



Capacitación OCA a trabajadores CPCH Planta Ovalle

En 2008 en Argentina se realizaron 14.650 horas de capacitación, de las cuales 9.420 hrs. fueron inherentes a O.C.A. (Optimización de la Cadena de Abastecimiento). En total participaron 879 personas en estudios relacionados con el área industrial, Seguridad y Salud Ocupacional, buenas prácticas de manufactura, calidad, computación e idiomas, cursos de auditoría, entre otros.

Viña San Pedro Tarapacá S.A. en su constante esfuerzo en el desarrollo y perfeccionamiento de sus colaboradores, durante el año 2008 desarrolló 79 acciones de capacitación, totalizando 13.116 horas y una inversión total de MM\$ 70.00 para 632 de sus trabajadores. Estas actividades se orientaron principalmente en el área industrial técnica, agrícola y personal administrativo.

### **Hechos destacables en Capacitación durante 2008:**

#### **DOBLE RECONOCIMIENTO DE CCU**

Por tercer año consecutivo, la Universidad Tecnológica Inacap consideró a CCU en la Premiación de Capital Humano 2008, oportunidad en que entregó un reconocimiento a las empresas que impulsan el desarrollo y formación de sus trabajadores. En 2008 CCU obtuvo el galardón en la categoría Empresas Nivel Nacional; asimismo, Viña San Pedro Tarapacá S.A. recibió igual reconocimiento en la Categoría Regiones.

#### **FORMACIÓN TÉCNICA PARA OPERADORES INDUSTRIALES**

Un intenso programa de capacitación técnica realizaron los operadores de Aguas CCU - Nestlé, Plasco y ECCU. De acuerdo a un riguroso proceso de determinación de las competencias requeridas para desarrollar el cargo de Operadores-Mantenedores en los procesos industriales y equipamientos específicos 259 trabajadores han ido completando una extensa e intensa malla de formación técnica en INACAP, completando 14.336 horas de capacitación. Durante el año 2008, los participantes cursaron el primer módulo de la Malla de Certificación en Técnico Electromecánico que considera los cursos de Metrología, Lubricación y Lubricantes, Máquinas y Herramientas, Hidráulica y Neumática.

#### **FORMACIÓN DE INSTRUCTORES PARA VENTAS**

Con el propósito que las Jefaturas de Ventas de las Unidades de Negocios de CCU sean los instructores de los programas de capacitación para la Fuerza de Ventas, la Unidad Corporativa de



Capacitación desarrolló el programa de "Formación de Instructores / Ejecución de Ventas" en Compañía Pisquera de Chile, CCU Argentina y ECCU Regiones. El programa considera los conocimientos y habilidades que requiere el vendedor de empresas CCU para realizar una ejecución de ventas alineada con los estándares de Plan Punto Máximo. A las tres aplicaciones del programa asistieron 38 jefes y supervisores de ventas, sumando 1.216 horas de capacitación.

### CLÍNICAS DE MERCHANDISING

En los meses de junio y julio de 2008, se llevaron a cabo las "Clínicas de Merchandising y Ventas" en las que participaron 146 vendedores de ECCU. A través de juegos de roles de Técnicas de Ventas y ejercicios prácticos de Merchandising, los vendedores aprenden y ponen en acción las competencias requeridas para desarrollar un rol profesional ayudando a comprar a sus clientes y consumidores. Para este fin, se utilizó la sala Plan Punto Máximo (PPM) que cuenta con tres ocasiones de consumo, en donde se realizaron juegos de rol y variados ejercicios de conocimientos y ejecución de layout según Fichas de Segmentación, limpieza y ordenamiento de coolers.

### CURSOS IFRS

Con el propósito de analizar las Normas Internacionales de Contabilidad (IFRS por sus siglas en inglés) desde una perspectiva amplia y comparativa con los principios actualmente vigentes en nuestro país, 62 miembros del área de Contabilidad asistieron a dos aplicaciones del curso "Convergencia de la Contabilidad con las Normas Internacionales", ocasión en la que pudieron entender y conocer las recientes actualizaciones relativas a estas normas, así como los aspectos más relevantes en lo que a preparación e interpretación de los estados financieros se refiere.

### DESARROLLO PROFESIONAL

Promoviendo el desarrollo de su gente, CCU ha financiado diversas actividades de formación profesional en las principales universidades y centros de formación técnica del país. Durante el año 2008, 76 trabajadores de las CCU, tanto de Santiago como de regiones, participaron en 9 Magister, 39 carreras profesionales, 23 carreras técnicas y 5 diplomados.

### NORMAS ISO

Durante el año 2008, las unidades Cervecería Kunstmann, Cervecería Austral y Transportes CCU, adhirieron activamente al convenio establecido entre la casa matriz de CCU SA y Bureau Veritas para la implementación y Certificación de las Normas ISO 22.000 Inocuidad de Alimentos, ISO 14.000 Gestión Ambiental e ISO 18.000 Salud y Seguridad en el Trabajo (OHSAS). Se inició de esta forma, un intenso programa de capacitación para todo el personal de las Unidades, destinado a familiarizarlos con estas Normas Internacionales de Gestión y como entrenamiento específico en la implementación de los requisitos necesarios para alcanzar las respectivas Certificaciones. CCU SA se ha propuesto alcanzar estas certificaciones en todas sus Unidades, antes de Diciembre de 2010. La gran parte de las otras Unidades del grupo CCU SA, ya se encuentran desarrollando

actividades en procura de estas certificaciones, siendo las plantas de Viña San Pedro Tarapacá S.A., las que se encuentran en el nivel más avanzado.

### OCA - CAMINO A LA MANUFACTURA DE CLASE MUNDIAL

Importantes avances en el desarrollo de las competencias de gestión de nuestra gente, que trabaja en los procesos productivos de nuestras Unidades de Negocios, se han realizado durante el año 2008. Intensos programas de capacitación en Practicas Fundacionales y Prácticas Pilares del Programa de Optimización de la Cadena de Abastecimiento (OCA) se han llevado a cabo para las distintas estructuras que soportan su implementación. Es así como los miembros de Task Force de Aguas CCU Nestlé, Foods, Plasco y Planta Lujan en CCU Argentina han sido capacitados para planificar y monitorear las actividades necesarias para introducir una nueva cultura de trabajo. Por otra parte, los Equipos de Trabajo de las líneas pilotos de Plasco, Aguas CCU – Nestlé y Planta Luján en Argentina y las líneas consideradas en los Roll Out de las plantas que iniciaron OCA el año 2007, participaron en los programas de capacitación de Prácticas Fundacionales.

Las líneas pilotos de ECCU, CCU Argentina, Compañía Pisquera de Chile y Cervecera CCU Chile han avanzado en la capacitación de Prácticas Pilares tales como Mantenimiento Autónomo y Reducción de Tiempos de Montaje.

En las aplicaciones realizadas en las Unidades en Chile participaron 698 trabajadores completando 13.468 horas de capacitación. En CCU Argentina se sumaron 14650 horas. Para llegar con la capacitación a todos los estamentos de las plantas a la fecha empresas CCU cuenta con 65 Entrenadores OCA formados internamente.

### GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL MANTENIMIENTO

Durante el año 2008, 440 trabajadores de las Unidades de Negocios CCU Chile, ECCU, Plasco, CICSA Planta Santa.Fe y CPCH han participado en las actividades de capacitación asociadas a la implementación de la Práctica Mantenimiento Centrado en el Negocio de OCA. El programa de entrenamiento considera la administración de un sistema de gestión y planificación del Mantenimiento (INFOR EAM) para el Cuidado de los Activos de CCU y sus Filiales logrando una estandarización de gestión de mantención de los activos en toda la Compañía. Este sistema de gestión es una herramienta simple de usar por su flexibilidad de configuración en los flujos de trabajo de cualquier usuario y esta diseñado con tecnología de punta siendo el primer sistema EAM (Enterprise Asset Management) con arquitectura en WEB. Así, los usuarios logran mantener actualizada en tiempo real la información generada sobre los activos físicos, manejo de materiales y utilización de la mano de obra en forma estándar y estructurada.

### CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES

Transportes CCU realizó la Certificación de Competencias Laborales de las principales funciones de su proceso logístico para sus instalaciones en Talcahuano y Coquimbo. 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 nuestra gente al obtener una acreditación de su expertise técnico profesional de una institución de gran prestigio a nivel nacional. El programa 2008 es una extensión del programa realizado el año 2007 en las instalaciones de Santiago.

### **CÓDIGO DE CONDUCTA EN LOS NEGOCIOS**

El total de ejecutivos y mandos medios de las Unidades de Negocios y Unidades Estratégicas de Servicio de Empresas CCU 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.

### **DESARROLLO PROFESIONAL EN LOGÍSTICA**

Por invitación de Fundación Chile y el Programa Chile Califica, trabajadores de CCU de Santiago participan en el Programa “Porquesé”, proyecto de formación de técnicos calificados mediante una metodología de reconocimiento de aprendizajes previos, lo que permite a los participantes la obtención de Título Técnico de Nivel Superior en Operaciones Logísticas en un plazo máximo de un año. Tras un riguroso proceso de postulación y evaluación de los postulantes a las 50 vacantes del programa, en el cual participaron trabajadores de las principales empresas con operaciones logísticas de Santiago, fueron seleccionados 7 trabajadores de CCU (TCCU, ECCU y Plasco) quienes se encuentran cursando el programa que dicta el Centro de Formación Técnica La Araucana.

### **GIMNASIA PAUSA**

Una extensión del Programa Gimnasia de Pausa se realizó en Cervecera CCU Chile. Debido a la extraordinaria valoración de nuestra gente respecto de los beneficios de este programa, durante el año 2008 se implementó el programa en Planta Antofagasta. En 2007 se había sumado a este Programa el personal de Planta Temuco.

### **MALLA LOGÍSTICA**

Un intenso programa de capacitación con el Centro de Formación Técnica La Araucana se ha realizado el área de logística de Transportes CCU en sus plantas de Santiago. 126 trabajadores han participado en un intenso programa modular que permite desarrollar conocimientos respecto de la gestión logística, sumado 10.410 horas de capacitación. La malla de este primer año considero los cursos de Logística y Distribución, Sistemas y Herramientas de Calidad, Gestión y Operación de Bodega y Comunicación y Efectividad Personal.

### **PROGRAMA CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL**

El año 2008 se implementó el Programa de Consumo Responsable

de Alcohol y Prevención del Uso de Drogas en nuestra planta cervecera en Antofagasta. 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.

### **RECONVERSIÓN LABORAL**

En el año 2008, se realizó un programa de reconversión laboral para trabajadores que pertenecían a Aguas CCU - Nestlé. En esta oportunidad, en modalidad post contrato, estos ex trabajadores de la compañía participaron en un extenso programa de Instalaciones Sanitarias y Gasfitería dictado por profesores de INACAP en la ciudad de Rancagua.

### **CAPACITACIÓN EN VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ**

Durante el año 2008, Viña San Pedro Tarapacá desarrolló en forma conjunta con una universidad técnica, actividades de capacitación para el cargo específico de Operador Mantenedor, del área de envasado Planta Molina/Lontue, proceso en el cual nuestra organización comenzó a invertir desde el año 2006. Actualmente están participando 65 trabajadores del área industrial. En diciembre, finalizó la primera fase; completando 106 hrs. cronológicas de capacitación para luego retomar en Marzo del 2009 y completar las 197 hrs. cronológicas que contempla la malla diseñada especialmente para VSPT de acuerdo a las reales necesidades que se presentan para este cargo.

San Pedro Tarapacá, durante el año 2008, realizó una serie de acciones de capacitación orientadas al logro de obtener y renovar las certificaciones que imponen nuestros mercados, dentro de lo cual destacan las acciones en el área de Aseguramiento de Calidad en Especializaciones en Laboratorio Enológico y Aspectos esenciales para cumplir con la normativa de exportación.

En tanto en el área agrícola se gestionaron actividades de BPA, Conceptos sobre la Producción Orgánica, Enología en el Viñedo y Aplicadores de Plaguicidas para el personal permanente y de temporada. Además, se desarrollaron acciones de mantenimiento preventivo y operativo de maquinaria enológica, totalizando 1.630 horas hombres con la participación de 76 de nuestros colaboradores de área.

### **BECAS SOCIALES:**

Durante el año 2008 CCU realizó un importante aporte al desarrollo de la empleabilidad de familiares y cercanos de sus trabajadores. Con una suma superior a 35 millones de pesos de excedentes de la cuenta de franquicia tributaria Sence, se realizaron 11 cursos de formación de oficios, a los que asistieron 189 personas, con un total de 16.260 horas de capacitación.

Estas actividades tienen como propósito formar en un oficio a personas sin enseñanza técnica, y les permite a los participantes acceder a un conocimiento especializado, fomenta el emprendimiento individual,

genera una opción de inserción laboral y desarrollo personal, y aportar al presupuesto familiar.

En Santiago se desarrollaron cursos de Primeros Auxilios y Cuidado del Enfermo, Peluquería, Repostería y Amasandería, Banquetería, Masajes Terapéuticos y Rehabilitación del Adulto Mayor y Estética Corporal y Depilación. En regiones se dictaron cursos de Reparaciones

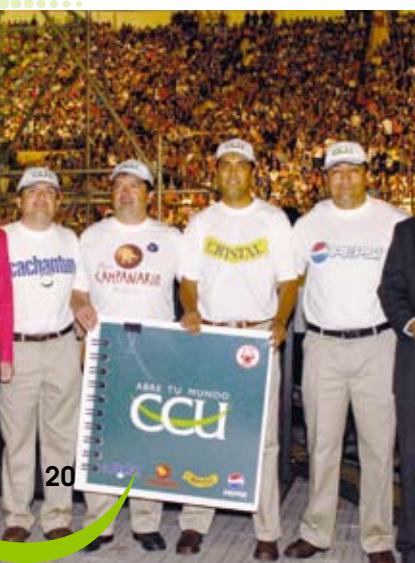
Sanitarias, Aplicaciones PC Usuario, Inglés y Administración de Edificios.

Adicionalmente, CCU apoyó actividades de capacitación de oficios que desarrollaron Fundación Teletón para padres de los niños que asisten al los centros de rehabilitación; y Fundación La Esperanza para facilitar la inserción laboral de jóvenes con problemas de adicción a drogas.

UNIDAD CORPORATIVA DE CAPACITACIÓN AÑO 2008							
	Cursos	Participantes	HHC	Sence	Otic	Costo Empresa	Total
Plasco	34	162	5.200	1.693.026	7.568.000	5.254.045	14.520.467
Patagona	-	-	-	-	-	-	-
Kunstmann	11	12	707	-	1.434.940	282.006	1.717.676
Foods	32	176	2.879	4.405.649	4.816.990	2.085.572	11.311.298
ECCU	156	1.495	25.467	27.299.370	40.989.238	44.672.885	112.988.611
CPCH	50	231	4.331	2.005.568	2.589.550	7.144.484	11.744.214
Comercial	18	40	4.186	-	1.720.000	7.947.250	9.671.494
CCU	213	564	23.602	738.938	30.512.675	129.576.494	160.852.486
Austral	2	4	116	-	405.000	140.120	545.242
TCCU	56	345	16.712	10.130.042	37.478.150	36.123.431	83.748.736
Aguas	25	194	3.512	4.752.000	-	15.667.226	20.422.957
Cervecera	303	1.882	29.749	17.823.703	24.485.954	68.902.974	111.244.565
VSPT	79	703	14.562	31.900.774	9.351.200	14.140.690	55.392.664
<b>TOTALES</b>	<b>979</b>	<b>5.808</b>	<b>131.023</b>	<b>100.749.070</b>	<b>161.351.697</b>	<b>331.937.177</b>	<b>594.160.410</b>

Desarrollo Profesional	
Nivel	Total
Diplomados	5
Magister	9
Profesionales	39
Técnicos	23
<b>Total general</b>	<b>76</b>

Participantes por nivel ocupacional	
Nivel Ocupacional	Total
Ejecutivos	216
Profesionales	552
Mandos Medios	839
Administrativos	370
Calificados	2065
Semi Calificados	763
Sin Calificación	300
<b>Total general</b>	<b>5105</b>



# 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 todos los asociados 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 1 mil 700 comerciantes del canal tradicional de venta (botillerías y almacenes).

En 2008 “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. Entre los eventos más destacados del año estuvieron las

actividades asociadas a la marca Cristal: “Clasificatorias Mundialistas en vivo”, “Festival de Viña”, “Queen” y “Champion de Rancagua”.

- **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. Durante 2008, se le dio mucha relevancia a temas relacionados a la Responsabilidad Social Empresarial.
- **“Club Bilz y Pap”**: Embotelladora CCU creó este programa que a cuatro 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. En el año 2007 se puso foco fundamentalmente en el proceso productivo y el desarrollo de algunas preparaciones sour. En 2008, en tanto, el contenido de las capacitaciones a lo largo de todo Chile se enfocó en la coctelería y la versatilidad de productos pisqueros como Control C. Las clínicas de coctelería surgen como elemento fundamental para dar a conocer la amplia gama de piscos premium de CPCH, y son acompañadas de material escrito en cada una de ellas. El 2008 se realizaron 150 capacitaciones de este tipo.
- **Viña San Pedro Tarapacá S.A. y sus clientes**: Durante el año se implementaron actividades promocionales que incluyeron regalos útiles para el desarrollo del negocio de los clientes, entre ellas, la “Temporada de Gatos”, que premió las mejores exhibiciones en puntos de venta, “Santa Helena te premia”, los vasos coleccionables de Manquehuito y el “Plan Navidad 35 SUR” en supermercados, con exposición instore de kayaks, packs, estuches y otros elementos promocionales. Además, se entregaron a clientes durante el tercer trimestre, 120 coolers, 230

exhibidores, 200 cajas de luz y a 76 clientes se les instaló imagen, ya sea con letreros o en otros casos, pintando los locales.

## • 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 2008, se continuó realizando diversas mejoras que han permitido que esta herramienta se convierta en el pilar de la fuerza de venta. Se contrató un servicio de georeferenciación con el objetivo de tener el GSE de los consumidores que compran a nuestros clientes y así poder otorgar la mejor oferta de acuerdo a las diversas preferencias. Embotelladora CCU desarrolló la Ficha Interactiva, una herramienta web de gestión que permite a la fuerza de venta ver la ejecución del plan a nivel de cliente. Junto con ello se inició un piloto para utilizar una Plataforma de Geonegocios que permitirá seguir mejorando nuestra segmentación, aumentar nuestros márgenes y maximizar la ejecución.

## • 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 VSPT, lo que implica contar con una visita 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 conociendo 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.- Máxima Satisfacción 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 hace más de 25 años 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, desde siempre 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 que involucra las variables de Producción, Calidad y Medioambiente de la Compañía, permite alinear e inspirar a toda la organización bajo estos conceptos.

El módulo de Calidad de cada unidad de CCU es el resultado de múltiples variables, como por ejemplo el FTR (First Time Right) sigla que significa “Hacerlo bien a la primera”. Este concepto busca optimizar permanentemente la eficiencia de nuestros procesos y por ende la calidad de nuestros productos.

En 2008 la gestión de los procesos de calidad de todas las filiales de CCU que consolidan, se estandarizó bajo este proceso. Asimismo, este año comenzaron a informar – a modo de ejercicio- las plantas productivas de Austral y Kunstmann, las que se incorporarán definitivamente al indicador corporativo en 2009.

La consolidación y certificación de nuestro Sistema Integrado de Gestión (SIG)- que abarca normas internacionales como HACCP, ISO, OSHA, BRC, IFS – está avanzando en las distintas unidades de la Compañía y culmina con su certificación a más tardar en 2010.

### c) Innovación: Adelantarnos 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 nuevas 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 2008 CCU lanzó los siguientes productos:

- **Cervezas:** Cervecera CCU Chile presentó Cristal CER0,0°, una nuevo producto de la marca Cristal, Kunstmann lanzó su nueva variedad sin filtrar.

- **Gaseosas:** Embotelladora CCU introdujo Kem Light, cero calorías una extensión de marca de Kem. Además, se lanzó la bebida deportiva baja en calorías Propel de Gatorade, en los sabores mandarina y limón. Durante el año 2008 se lanzan al mercado distintos formatos nuevos para gaseosas como: GRB 237 cc retornable para las marcas Bilz, Pap y Pepsi, y Pepsi PRB 1,25 los cuales vienen a completar la cartera de productos de la Embotelladora para sus clientes.

- **Aguas Purificadas:** Lanzamiento de nueva marca en categoría aguas purificadas, Nestlé Pure Life.

- **Néctares:** Lanzamiento de Watts Soya, en sus sabores Naranja y Frutilla Mix. A su vez se incorpora a la línea Watts Mezclas, el nuevo sabor Tutti Arandano en sus formatos familiares e individuales.

- **Destilados:** En el segmento cócteles, CPCh presentó Ruta Cocktail Piña Colada, por su lado Campanario lanzó Campanario Chirimoya Colada y hacia de fin de año Campanario Melón Tuna Colada y Campanario Melón Calameño Colada. En la categoría del Ron, Sierra Morena lanzó Ron Imperial y Ron Blanco.

- **Vinos:** Las viñas del grupo lanzaron varios productos nuevos. En enero, la marca Premium de San Pedro, 1865, lanzó su nueva imagen y concepto Single Vineyard, así como el primer blanco de la línea, el Sauvignon Blanc de Leyda. Esta marca cerró el año lanzando su exclusivo 1865 Limited Edition 2006. En el otro extremo, el cooler Manquehuito lanzó su formato Piña en lata 350 cc, una gran innovación para el segmento. Por su parte, Viña Mar lanzó Reserva Especial Pinot Noir, gran exponente del Valle de Casablanca, y su espumante Charmat Demi Sec, en tanto, Viña Misiones de Rengo lanzó su variedad Reserva Malbec, de Argentina.

Para más detalle sobre tipos de envase y nuevas cosechas en el caso de las viñas, referirse a la Memoria Anual 2008.

### 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.

A partir de 2008, CCU, además de cumplir con la normativa vigente, comenzó a incorporar en las etiquetas de sus productos analcohólicos el etiquetado nutricional propuesto por Chilealimentos, que indica la cantidad porcentual de grasas, azúcar, calorías, grasas saturadas y sodio en cada alimento. Esta información es conocida internacionalmente como GDA y considera parámetros basados en una dieta ideal equivalente a 2000 calorías. Esto permite a los consumidores saber qué cantidad de esas sustancias están consumiendo de acuerdo a una dieta estándar equilibrada.

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

Además, desde hace 6 años 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, todas 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.

## Principios Generales

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

## Principios Aplicables a Productos con Alcohol

Incorporan los siguiente ámbitos:

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

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 normas y reglas básicas que orientan todas las comunicaciones comerciales de la Compañía:

### 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 de 8:00 hrs. hasta 20:00 hrs. los 7 días de la semana y permite que los llamados funciona las 24 horas, los 7 días de la semana y permite que los llamados de cualquier parte del país sean atendidos ágilmente por un equipo de operadoras, quienes responden rápida y eficientemente derivando las consultas y reclamos a las unidades competentes.

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



# 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 el canal de relación con inversionistas en [www.ccu.cl](http://www.ccu.cl)

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

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

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

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

- **Comité de Directores:** está formado por tres directores, uno de ellos independiente del accionista controlador. El Comité de Directores tiene como principales funciones examinar los estados financieros presentados, así como también los informes de los auditores externos al balance y pronunciarse a su respecto en forma previa a ser presentados a la junta de accionistas para su aprobación, asimismo propone los auditores independientes y clasificadores de riesgo de la Compañía. 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.

El Comité de Dirección está integrado por gerentes de las filiales de negocio (UEN) y unidades de asesoría corporativas (UAC). El Comité de Dirección participa en el diseño del Plan Estratégico de la Compañía y sus filiales, debiendo, una vez aprobado por el Directorio, velar por su cumplimiento.

## ❖ 2.-Ética 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 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 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 6) corresponde a una sección del Código de Conducta en los Negocios.

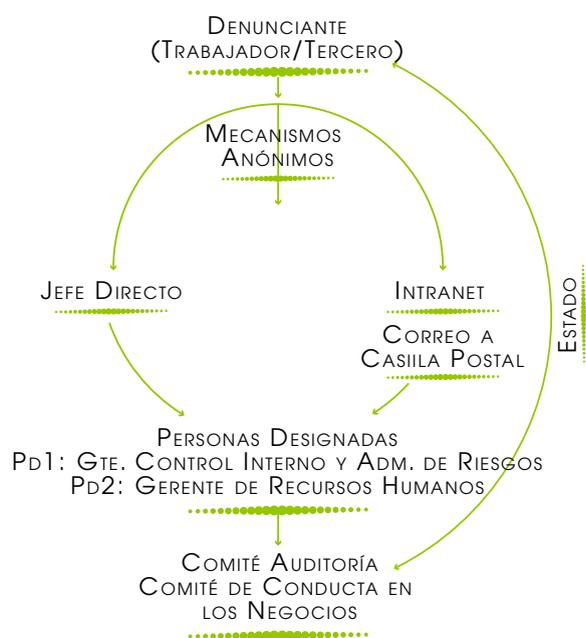
Este mecanismo permite a todos los trabajadores de CCU, sus empresas

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.

### Flujo Procedimiento de Denuncias



En sus tres años y medio de implementación, el procedimiento ha recibido 57 denuncias, mayoritariamente a través de correo electrónico, cartas e intranet, provenientes de prácticamente todas las unidades de la Compañía.

Un 60% de las denuncias son de origen interno (trabajadores), un 40% de origen externo (proveedores, clientes, otros) y un 39% ha ingresado en forma anónima. Las materias de las denuncias corresponden principalmente a conflictos de intereses y negociación incompatible (28%) y temas referidos al ámbito laboral (23%). Del total de denuncias, sólo diez 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 Administración de Riesgos Estratégicos

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 implementando en varias unidades y actualmente el foco se encuentra en la revisión de los planes de mitigación.

### 4.- CCU Cerca de sus Accionistas

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

- La Compañía entrega trimestralmente un detallado análisis de sus resultados por cada área de negocios.
- Luego de esta entrega, el Gerente General, realiza una conferencia telefónica donde explica los lineamientos estratégicos de CCU y responde las preguntas de analistas e inversionistas.
- Adicionalmente la Compañía hace públicos sus volúmenes de ventas, en forma trimestral.
- CCU participa en conferencias y realiza "roadshows" anualmente en Estados Unidos y Europa.
- 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 canal de Relación con Inversionistas de [www.ccu.cl](http://www.ccu.cl)

# CCU, en sintonía 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.- 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 16 años con un programa educativo de Consumo Responsable de Alcohol formado 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 2008 se implementó en las comunas de Conchalí y Maipú, se entrega información precisa sobre menores, salud, alcohol y el valor de la familia.
- **"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.
- **El taller "Educar en Familia II"**: está destinado a padres de niños de colegios particulares y entrega información sobre menores, salud, alcohol, el valor de la familia., manteniendo la línea de mensajes del programa a colegios municipalizados.



❖ 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.



Graduación Monitores Programa Educar en Familia I en Maipú.



Campaña Festividades

	Educar en Familia I	Educar en Familia II	Educar en Familia en Argentina
Alcance Hasta 2008	27 comunas		
	488 colegios	54 colegios	61 colegios
	41.000 familias		5.850 familias
	894 monitores		

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

### • Para Jóvenes

Hace 3 años 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.

En el marco de esta Alianza durante 2008 se realizó la actividad “¿Cuánto Sabes de Cerveza?” un concurso en que universitarios mayores de 18 años respondieron a través de la web preguntas referidas a la cerveza. Los ganadores fueron premiados con una Cata de Cerveza realizada por Ricardo Grellet, elegido Mejor Sommelier de Chile Año 2008, en el Restaurant “Cienfuegos”. Durante la cata los jóvenes pudieron conocer más de la cerveza y sus variedades, aprendieron cómo disfrutarla en forma responsable y cómo esta bebida se inserta en la cultura gastronómica local e internacional.

### • Para Clientes

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, al promulgarse la Ley de Prohibición de Venta de Alcohol a Menores de Edad, CCU creó el programa de “No Venta de Alcohol a Menores” que 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 2008 en Argentina alcanzando 9.500 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”.

### • Para la Comunidad

#### a) Campaña Festividades:

En conjunto con Carabineros, 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 realizó en todo Chile en septiembre en conjunto con Carabineros. La campaña, se extendió entre el viernes 12 y el domingo 21 de septiembre de 2008 y se basó en la entrega de 5.000 magnetos con consejos de seguridad prácticos centrados en las precauciones que deben adoptar los transeúntes así como el respeto de los conductores hacia éstos.
- “**Campaña Fiestas Fin de Año**” se realizó en todo Chile en diciembre en conjunto con Carabineros y la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) 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.

 Alcance Hasta 2008	<b>Campaña Directa</b>	<b>Campaña Medios</b>
	1 millón 165 mil folletos e imanes distribuidos en puntos neurálgicos.	En prensa, radio 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 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 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 2008, la iniciativa fue desarrollada en conjunto con las municipalidades de las zonas costeras de Chile, recorrió las playas de la I, II, V, VIII y IX región.

### d) “Educar en Familia” en Cárceles:

Por segundo año consecutivo, en 2008 CCU implementó su Programa Educar en Familia en recintos penitenciarios. CCU intervino con éxito el Centro Penitenciario Región Metropolitana (Penitenciaría de Santiago). La iniciativa, que se desarrolló en conjunto con Gendarmería de Chile, se llevo a cabo durante el mes de octubre y consistió en la realización de 17 talleres interactivos en que 427 internos conocieron herramientas para promover la comunicación con su familia y reforzar su autoestima. Se

destacó el rol que pueden cumplir en su círculo familiar, aun privados de libertad, y de esa forma aportar a la prevención del consumo de alcohol en sus hijos.

En 2007, un plan piloto incorporó tres recintos penitenciarios (Rancagua, Colina II y el Centro Penitenciario Femenino). La versión 2008 intervino a la totalidad de la internos que integran la Comunidad Terapéutica de la Calle 13 y la implementación estuvo a cargo de la empresa Tarjet DDI.

El trabajo con personas privadas de libertad se suma a los esfuerzos de CCU para educar en el correcto consumo de sus productos con alcohol, que están orientados a mayores de edad, quienes responsablemente pueden tomar sus decisiones de consumo.

### e) Campaña “Manejo Mejor”:

Para promover y contribuir a una mejor cultura automovilista, CCU junto a DERCO y TERPEL realizaron en agosto de 2008 la Campaña Manejo Mejor. La iniciativa buscó incentivar a la autoevaluación sobre cuáles son las verdaderas costumbres a la hora de manejar. Mediante el Estudio “¿Cómo manejamos los chilenos?” (junio 2008, 502 personas mayores de 18 años con licencia de conducir) se realizó un profundo perfil del conductor nacional que entre sus principales conclusiones destacó que la mayoría de los chilenos asegura que la agresividad de los otros choferes es lo que más le molesta cuando maneja. En relación a la ingesta de alcohol, el 50% de los encuestados dijo tener una conducta responsable a la hora de manejar y tomar. De quienes sí beben alcohol cuando conducen, el 18% confesó haber pasado las llaves la última vez que manejó y había tomado. La campaña “Manejo mejor” se centró en la entrega de un juego de cartas educativas en estaciones de servicio de la Región Metropolitana con el objeto de inculcar a que los niños de cualquier edad sepan cuáles conductas son agresivas o irrespetuosas a la hora de manejar y a la vez influir en la forma en que manejan de sus padres.

A su vez, 2 mil clientes de CCU recibieron de regalo junto con el Informativo “Info Cristal”, un juegos de naipes de “Manejo Mejor” y un resumen de la Campaña (Conductas sugeridas y conclusiones del Estudio).

### Difusión

Todas estas iniciativas son apoyadas a través de publicaciones en diarios, revistas, radios y otros medios de comunicación. En 2008 se continuó con la campaña publicitaria “Excesos” que busca que los consumidores tomen conciencia sobre lo absurdo de beber en exceso.

## 2.- Promoviendo la Actividad Física:

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 jugadores, clubes y actividades deportivas.

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

### a) Programa Corporativo: "CCU Hace Deporte"

a) "CCU Hace Deporte": Por años CCU ha impulsado la práctica de actividad física, el ejercicio y el deporte. A través de nuestra marca corporativa iniciamos en 2004 el programa denominado "CCU Hace Deporte", con el fin de promocionar la actividad deportiva a edad temprana. En una primera etapa se realizó en colegios públicos de la Región Metropolitana concentrándonos en la entrega de implementos deportivos. En alianza con las municipalidades y corporaciones de educación de Pudahuel, La Pintana, Quilicura, Peñalolén, Recoleta, San Ramón, Puente Alto, Cerro Navía, Lo Espejo, Independencia, Tiltil, Huechuraba, La Reina, Renca, Lo Barnechea, San Joaquín y Conchalí llegamos a más de 150 mil niños beneficiados.

A partir de 2008 "CCU Hace Deporte" inició una segunda fase con el mismo objetivo: incentivar la práctica de actividad física y un estilo de vida saludable. Sin embargo, en esta segunda se optó por la entrega de conocimientos, de experiencia. El foco son los estudiantes de 2do Ciclo Básico de colegios públicos. La idea es acercarlos a un estilo de vida saludable a través de una estrategia novedosa que incorpora también a sus profesores mediante capacitación. Ambos desarrollan proyectos que CCU premia de acuerdo a sus creatividad, factibilidad e integración de la comunidad educativa. Los ganadores asisten a campamentos temáticos donde el foco es la alimentación, actividad física y vida al aire libre.

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, cerró el año 2008 en el puesto N° 35, Robinson Méndez en el 19 y Francisco Cayulef en el 72 del ránking mundial.

### b) Las Marcas Comerciales: por el Deporte y la Vida Sana

- Cerveza Cristal apoya en forma permanente a 12 clubes de Primera División del fútbol chileno. Adicionalmente, en 2008 renovó su compromiso con la Selección Chilena de Fútbol en las clasificatorias al Mundial de Sudáfrica 2010. Como auspiciador oficial de la "Selección Chilena de Fútbol", lanzó a nivel nacional la exitosa promoción "La Credencial de la Selección", donde invitaba a participar por una de las tres credenciales que permitían acompañar al equipo de la roja en las distintas etapas de las clasificatorias.
- En diciembre Cerveza Cristal lanzó su nueva variedad Cristal CERO,0°, cerveza sin alcohol que se convirtió en la principal marca auspiciadora de Eliseo Salazar en el Rally Dakar Argentina- Chile 2009.
- Cerveza Cristal también apoya otros deportes como el rodeo, la hípica y el triatlón, contribuyendo a fomentar entre los jóvenes chilenos su práctica y afición.
- Heineken trajo a Chile en marzo de 2008 el Trophy Tour, gira del trofeo original de la UEFA Champions League. La muestra recorrió más de cinco países en Latinoamérica y tuvo la mayor convocatoria en Chile con más de 15.000 personas.
- El espíritu deportivo también está presente en marcas de Viña San Pedro como Gato, que además de auspiciar a Colo – Colo, realizó nuevamente la Copa Gato, la que el año 2008 se desarrolló en la ciudad de Iquique, y contó con 12 mil espectadores.
- En 2008 continuó implementándose la alianza de cooperación entre ECCU y la Municipalidad de Peñalolén, para el desarrollo de



actividades deportivas formativas, competitivas y recreativas, que buscan la promoción de un estilo de vida saludable entre los vecinos de la comuna. En el contexto de esta alianza se realizaron durante el año grandes eventos como Corridas Familiares, Cicletadas y campeonatos comunales.

- 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. El campeonato contó en 2008 con 10 fechas a lo largo de Chile durante todo el año.
- Agua Mineral Cachantun nuevamente fue auspiciador del Torneo ATP de Viña del Mar y desarrolló la Cachantun Cup, fecha del torneo del WTA que se disputó por primera vez en Chile en febrero de 2008. Adicionalmente, en junio presentó el Duelo de Maestros, un partido de exhibición entre Pete Sampras y Marcelo Ríos en Arena Santiago.
- Por su parte, Kem Xtreme desarrolló por tercer año consecutivo en 2008 el Campeonato Kem Xtreme de Fórmula 3, reeditando el fanatismo de los chilenos por este deporte.
- Año a año Gatorade realiza una labor educativa difundiendo la importancia de la hidratación y las conductas saludables. En Octubre de 2008 realizó las 3ras Jornadas del GSSI (Gatorade Sports Science Institute), El encuentro que trató temas como la hidratación para deportes de equipo, y la transición aeróbica-anaeróbica, convocó a un importante número de profesionales del deporte y estudiantes, y contó con la participación de destacados especialistas internacionales.
- Bilz y Pap realizó en 2008 el Cuarto Campeonato Interescolar de Futbolito Sub-11 que se disputó en Santiago, Viña del Mar, Concepción y La Serena ampliando la cobertura de éste y realizando una Gran Final con los campeones de cada sede. El certamen reunió a 2600 niños de 260 colegios 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. Adicionalmente, Bilz y Pap incentivó el deporte infantil a través de competencias en diferentes disciplinas como el Cross Country, el Trial de motos, y la Triatlón.

- La Copa Natur de Atletismo es otra muestra del importante esfuerzo que realiza CCU por masificar la práctica del deporte y generar mayor cultura por la vida sana. Este evento deportivo se realiza hace 11 años, y es la segunda competencia de atletismo escolar más importante en Chile. Esta edición contó con torneos entre marzo y noviembre en Santiago, Coquimbo y Valparaíso, además de una fecha extra para colegios municipales de Ñuñoa, que contó con el apoyo de la Corporación de Deportes de esa comuna. Con cobertura anual de 12 mil atletas a nivel nacional la Copa Natur tiene como objetivo la detección y selección de talentos y la formación de hábitos y valores propios de los deportes individuales.
- 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 básquetbol y Maratón.

### ❖ 3.- Acercando el arte a la gente:

#### CCU en el Arte

Desde hace 158 años, CCU ha buscado diversos caminos de acercamiento a la comunidad. El apoyo al arte ha sido uno de ellos, por medio del cual ha podido transmitir valores positivos como la perseverancia, el esfuerzo, la creatividad, el trabajo bien hecho y la nobleza, traspasando idiosincrasias y fronteras.

CCU en el Arte, programa acorde a la filosofía e historia de CCU, resume el permanente respaldo que la Compañía ha brindado desde sus inicios a la comunidad, en su indeleble afán por contribuir al crecimiento nacional, posibilitando que miles de chilenos puedan conocer y disfrutar de las creaciones de nuestros artistas chilenos consagrados o emergentes más destacados.





### a) Programa Exposiciones Santiago:

Contribuyendo a "Acercar el Arte a la Gente", CCU apoya a artistas chilenos contemporáneos emergentes y consagrados en distintas disciplinas.

Alcance anual	48 Exposiciones
---------------	-----------------

### b) 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	Hospitales	Colegios	Regionales	Municipales
Alcance hasta 2008	11 (desde 2003)	17 (desde 2002)	44 Municipalidades en Regiones (desde 1993)	16 (desde 2002)

### c) 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 2008	3 becas (2 nacionales y una internacional)	15 Exposiciones en Artequín
------------------	--	-----------------------------

### d) Sala de Arte CCU:

Con la inauguración de la Sala de Arte CCU en agosto de 2008, se sintetiza el permanente apoyo que la Compañía ha brindado, desde hace más de 15 años, a diversas manifestaciones culturales y a un numeroso grupo de artistas chilenos contemporáneos.

A principios de los 90, buscando nuevos caminos de acercamiento a la comunidad y teniendo el firme propósito de transmitir valores positivos, se inició el recorrido que llevó a este hito: la apertura de un nuevo espacio para el arte y la cultura.

Desde entonces, CCU ha sido en forma sistemática un respaldo para los artistas nacionales, ofreciéndoles un soporte para exponer en prestigiosos espacios dedicados a la investigación, exhibición, promoción o conservación del arte.

La Sala pretende ser un referente de la escena cultural nacional, acercando el arte contemporáneo a la comunidad, a través de proyectos de artistas nacionales de diversas generaciones y trayectorias que pongan énfasis en expresiones de vanguardia o de foco social, aportando a la comprensión y disfrute del arte para el bien de las personas.

Durante 2008, la Sala de Arte CCU contó con las siguientes actividades:

- Arte en CCU (5 de agosto al 16 de septiembre): Muestra con parte de la colección de Arte Chileno Contemporáneo de CCU. Obras de Gonzalo Cienfuegos, Carmen Aldunate, Samy Benmayor, Felix Lazo, Patrick Hamilton, Ernesto Barreda, Pablo Chiuminato, Roser Bru, Andreas von Gehr, entre otros.
- Niños de la Pintana Cuentan y Pintan (19 Agosto al 7 de septiembre): Exposición de los dibujos y textos de los niños del Colegio Polivalente de la Pintana. Adicionalmente se realizó el lanzamiento del libro.
- TÁCTICA, Colectiva (30 de septiembre al 22 de noviembre): Proyecto Curatorial de Pabla Ugarte y Renato Bernasconi. Los artistas seleccionados fueron Claudio Correa, Francisca García, Ignacio Gumuccio, Voluspa Jarpa, Jorge Padilla, Francisca Sánchez y Rodrigo Zamora.
- Lanzamiento libro Artesanías para jugar Editorial Manos Mágicas (7 de noviembre de 2008)
- "Fragmento y Totalidad", Marcela Moncada, Fotografías (2 de diciembre al 31 de enero): Exposición de trabajos realizados por la artista desde 1998 hasta el 2008.
- Premiación concurso de pintura infantil de Fundación Futuro: " El Arte se Acerca a la Gente", realizado el jueves 4 de diciembre. A la premiación se suma la exposición en el patio posterior de la Sala de

Arte CCU, de los trabajos de niños que participaron en el concurso y que no obtuvieron premio o mención honrosa. La exposición estuvo abierta a público hasta fines de diciembre del 2008.

- Talleres Artísticos con niños del Colegio San Alberto Hurtado (Fundación Belén Educa), junto a la artista Marcela Moncada. Se realizan con el objetivo de premiar a los alumnos que han tenido un rendimiento destacado en la asignatura de Artes Visuales durante el año.
- Lanzamiento libro "Una pausa en mi vida" de Alejandra Pérez Herrera. Realizado el día 18 de diciembre.

### e) Arte Objeto CCU:

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, una mesa, un marco, un baúl, etc., convirtiéndolos en interesantes piezas de arte.

### f) Cerveza Cristal en el Arte:

Desde hace más de una década, acorde al dinamismo y grandeza de la marca, Cerveza Cristal en el Arte ha sido precursora en el auspicio a actividades culturales, apoyando a jóvenes promesas y a consagrados artistas a desarrollar sus proyectos.

Durante el año 2008 el programa Cristal en el Arte apoyó la creativa e innovadora instalación del artista Nicolás Floc'h, realizada en Matucana 100, concitando el interés de miles de personas, que durante una semana realizaron diversas esculturas con latas de Cerveza Cristal Red Ale.

Asimismo, apoyó las muestras de destacados fotógrafos nacionales en Galería AFA, como también diversas obras de teatro.

### g) CCU Argentina en la Cultura:

Durante el año 2008, en la ciudad de Salta, la Compañía decidió consolidar su aporte a la cultura con diversas actividades:

- Restauración de una sala cultural perteneciente a la fundación Pro Cultura Salta. En ella se realizaron 4 eventos culturales gratuitos de artistas salteños.
- Acuerdo con la Orquesta Sinfónica de Salta, mediante el cual se comprometió a la donación de un arpa. En el marco de este convenio, la Orquesta brindó dos conciertos en homenaje a los 50 años de Cerveza Salta: uno en el Teatro provincial para 1.500 invitados; el otro en la plaza 9 de julio, ubicada en el corazón del casco histórico de la ciudad, para más de 10 mil espectadores.
- Mega evento folclórico gratuito con una convocatoria superior a las 20 mil personas. Se llevó a cabo en el estadio mundialista Padre Martarena.

En la ciudad de Santa Fe, durante el año 2008, se realizaron las siguientes acciones dentro del pilar cultural:

- **Museo Cervecería Santa Fe:** el museo inaugurado en el año 2006 continúa consolidándose como un atractivo foco en las visitas a planta en Santa Fe. Este año, 8908 personas recorrieron nuestras instalaciones, mil cuatrocientas más que en 2007. A su vez, el museo fue destacado como uno de los lugares de interés cultural en distintas publicaciones informativas de la ciudad y la provincia de Santa Fe.

CCU en el Arte, programa acorde a la filosofía e historia de CCU, resume el permanente respaldo que la Compañía ha brindado desde sus inicios a la comunidad, en su afán por contribuir al crecimiento nacional, posibilitando que miles de chilenos puedan conocer y disfrutar de las creaciones de nuestros artistas chilenos consagrados o emergentes más destacados.





Programa Tutoría a Jóvenes: Entrega Beca Técnica CCU



- **Viernes Culturales en Cervecería Santa Fe:** Durante el ciclo, más de 20 reconocidos artistas locales, de diferentes disciplinas, presentaron sus obras. La actividad atrajo a más de mil personas durante todo el año.
- **Atardecer en los Museos:** el Museo Cervecería Santa Fe renovó su participación en la propuesta cultural de la Subsecretaría de Cultura de la provincia de Santa Fe, y abrió sus puertas durante todo el día en 2 fechas especiales del año. Las visitas al museo sólo estuvieron habilitadas para mayores de 18 años.
- **Colección Patrimonial Museo Rosa Galisteo de Rodríguez:** la Compañía apoyó como patrocinador exclusivo las inauguraciones de las dos muestras anuales de la colección patrimonial del museo, una de las más importantes de la región.

#### ❖ 4.- 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 a 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 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 2008, 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.
- **Mejoras en Hogares y Construcción de Mediaguas:** Iniciativa compuesta por actividades de beneficencia en hogares de menores (en Santiago) y construcción de mediaguas, junto a “Un Techo para Chile”. En 2008, se realizaron cuatro visitas al Hogar Aldea Masculino Buen Hogar perteneciente a la Fundación Padre Semeria, y 5 familias de San José de Maipo 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 2008, trece alumnos de IIIº medio del Colegio Juan Luis Undurraga de Quilicura recibieron apoyo de tutores de CCU en el ámbito social y profesional y 12 alumnos de IVº medio que continuaron con la tutoría del año anterior, tuvieron la opción de postular a la Beca Técnica CCU

##### 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 y Pisco Campanario, en 2008 la Compañía realizó un aporte solidario de \$337.076.449 millones de pesos. Adicionalmente, los trabajadores de CCU hicieron su aporte a través de los “Embajadores Teletón”.



### 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 Cervecería CCU Chile se realiza el programa "Líderes del Futuro", en el que alumnos de universidades e institutos profesionales visitan la planta como parte del plan de estudio de sus carreras.

Por su parte, en Pisco Elqui se ubica la Destilería Pisco Mistral de Compañía Pisquera de Chile, que ofrece a sus visitantes visitas guiadas 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 2008 la destilería fue visitada por miles de personas, convirtiéndose en un punto de atractivo importante de la ruta turística de la IV Región.

San Pedro Tarapacá 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 que 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 2008

CCU Chile	2.221
ECCUSA	18.783
Viña San Pedro	1.500
Viña Tarapacá	6.000
Viña Misiones de Rengo	300
Viña Santa Helena	420
Viña Altaïr	851
Viña Mar	10.000
Viña Tabalí	3.412
Viña Leyda	300
Finca La Celia	1.316
CPCh	5.969
CCU Argentina	11.957
Austral	3.654
Kunstmann	350
Total:	63.498



# CCU y sus Proveedores: Colaboración y Confianza

A través de sus operaciones en Chile, en 2008 CCU trabajó con aproximadamente 5 mil empresas proveedoras locales y con una cantidad cercana a 500 en el extranjero, materializando compras anuales por un monto aproximado a US\$ 520 millones. En Argentina, en tanto, la Compañía se relacionó con más de 2 mil 700 proveedores locales y más de 120 fuera del país, con un total de US\$ 130 millones en compras en 2008.

CCU es la principal compradora a proveedores chilenos de cebada malteada, azúcar, botellas de vidrio, envases de aluminio, tapas plásticas 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.

Los proveedores 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
- Etiquetas
- Botellas plásticas

## ❖ 1. Política 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 factores objetivos, tales como competencia, precio, servicio y calidad".

CCU busca 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.

Durante el año 2008, a través de sus áreas de Abastecimiento y Finanzas, y con la participación del Servicio de Impuestos Internos, CCU capacitó directamente a más de 300 proveedores, que representan el 80% de

❖ 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.

las compras nacionales de la Compañía. El objetivo fue incentivar la implementación de la Facturación Electrónica que trae consigo grandes beneficios tanto para los proveedores como para CCU, como son el ahorro en costos de impresión, timbraje, almacenaje, y en tiempos de operación, así como la mejora en el flujo de caja,

Esta iniciativa forma parte de las mejores prácticas a nivel tributario que CCU incentiva en todas sus empresas relacionadas.

## ❖❖❖ 2. Proceso de Certificación de Proveedores:

Con el objetivo de evaluar bajo un parámetro homogéneo a las empresas proveedores de CCU y sus filiales, CCU creó el “Proceso de Certificación de Proveedores” un sistema de evaluación, certificación y seguimiento 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 bajo estos parámetros 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 2008 este programa ha permitido a la Compañía contar con un grupo de 240 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 módulo 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 módulo de Compras por Catálogo, pueden ingresar electrónicamente sus facturas al sistema contable de la Compañía, y tienen a su disposición la información de pagos.

Gracias a este sistema 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.

A contar de Diciembre de 2008, a través de una actualización del portal de proveedores, se implementó la herramienta de Autocreación de éstos. La modificación permite generar un flujo de aprobación donde el usuario interno de CCU valida o no su entrada como proveedor evitando distraer recursos y errores de su información, además de eficientar y automatizar el sistema actual. Gracias al portal y sus módulos asociados, el proveedor tendrá una mayor autosuficiencia, impulsando el ingreso de sus documentos y consultas de pago directamente en el sistema, generando una mayor rapidez en las comunicaciones.

- Los montos transados a través del módulo de Compras por Catálogo en 2008, correspondientes a pedidos de elementos menores efectuados directamente por los usuarios de CCU, alcanzaron un total de US \$ 1.2 millones.

- Para este mismo año la suma de las transacciones efectuadas a través del módulo de Administración de Contratos alcanzó US \$ 61.8 millones.

- El Código de Conducta en los Negocios 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.



- 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.

# Dimensión

## Ambiental

### ❖ 1.- Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medioambiente

Los procesos que coordinan la toma de decisiones de alto nivel, desde la definición de planes estratégicos, hasta las decisiones de inversión de toda índole, toman la forma de 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, desperdicios, y desarrollo y evolución de los sistemas de gestión de cada una de las instalaciones productivas de CCU.

Paulatinamente todas las unidades de negocio que consolidan en CCU se han incorporado a este proceso. En 2008 comenzaron a informar – a modo de ejercicio- las plantas productivas de Austral y Kunstmann, las que se incorporarán definitivamente al indicador corporativo en 2009. 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 Foods, 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 Tarapacá, Embotelladora CCU, CPCh y Foods.

El Proceso Directivo 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 que está conformado por los respectivos Coordinadores Medioambientales de las unidades industriales de CCU SA.

• **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.

**Utilización 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.

**a) Materias primas y materiales de fabricación**

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

PRINCIPALES MATERIAS PRIMAS	TOTAL	UNIDADES
Azúcar Granulada	46.520.290	kg/año
Harina Galletera	1.100.000	kg/año
Materia Grasa Vegetal	700.000	kg/año
Malta	91.963.225	kg/año
Arroz	28.232.339	kg/año
Jarabe	91.781.280	kg/año
CO2 Kgs.	29.049.025	kg/año
Uva	113.850.190	kg/año
Pulpa de Fruta	6.322.350	kg/año
Alcohol 100°	4.876.514	lt/año
Vino	100.439.601	lt/año

PRINCIPALES MATERIALES DE FABRICACIÓN	TOTAL	UNIDAD
Botellas (Vidrio)	102.060.083	kg/año
Botellas (Plástico)	351.562.165	kg/año
Latas (Aluminio)	8.107.112	kg/año
Tapas corona (metal)	2.051.316	kg/año
Tapas rosca (metal)	106.582	kg/año
Tapas rosca y otras (plásticas)	1.560.288	kg/año

A pesar de que dos de sus filiales, VSPT y CPCCh, sólo comercializan sus productos en envases desechables, un 49,3% del volumen consolidado total de productos CCU, se vende en botellas retornables.

**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 en la Región Metropolitana proveniente de Argentina, ha

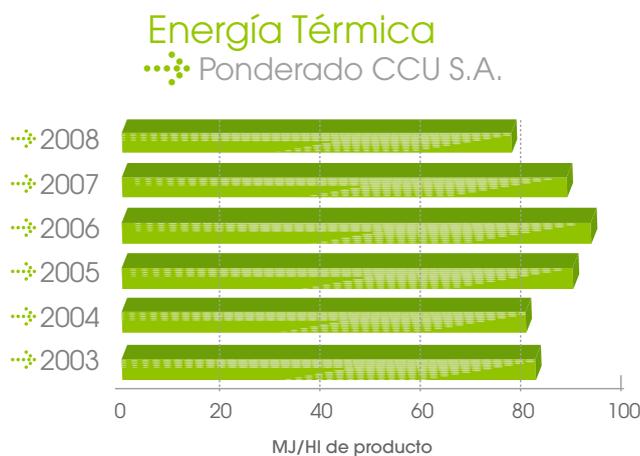


experimentado importantes recortes desde 2005. Durante el año 2008 el abastecimiento de Gas Natural fue prácticamente nulo. Por esta razón la Compañía debió recurrir a otros combustibles alternativos, en las plantas industriales ubicadas en Santiago.

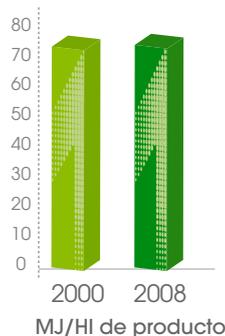
CONSUMO DE ENERGÍA POR FUENTES PRIMARIAS		
Generación de Energía Térmica	Gas Natural	11.144.039 (Nm3)
	Biogas	682.437 (Nm3)
	LPG	3.447.539 (kg)
	Diesel	8.908.300 (kg)
	Petróleo 6	4.376.184 (kg)
	Carboncillo	922.730 (kg)
Grúas	Leña	7.134.150 (kg)
	LPG	593.945 (kg)
Consumo EE	Gas Natural	76.583 (Nm3)
	Adquirida	145.437.878 (kWh)
	Auto generada	318.347 (kWh)
	Total	145.693.929 (kWh)
	% Generación	0,22 (%)

La energía 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.

### b1) Consumo de Energía Térmica Ponderada CCU



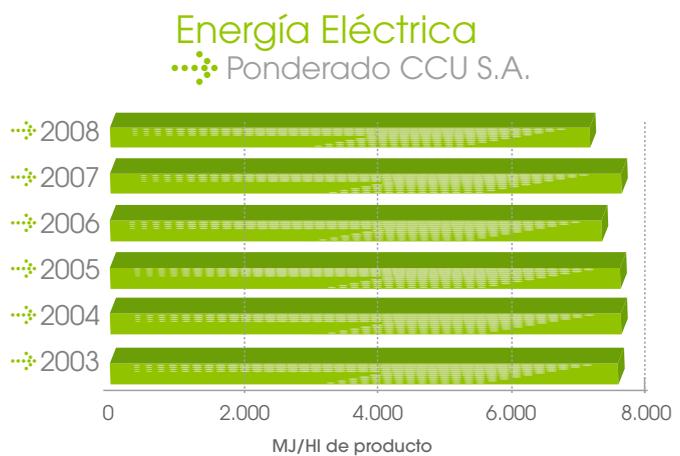
#### Consumo de Energía Térmica



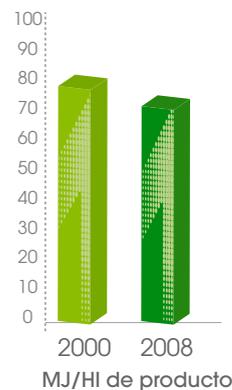
Los índices de consumo de energía térmica en CCU han ido en disminución durante los últimos 3 años, manifestando un 5% y un 12,4% de disminución en 2007 y 2008 respectivamente. Esto, a pesar de la incorporación de dos nuevas unidades de negocio (CPCh en 2006 y Foods en 2007) que por la naturaleza de sus procesos, utilizan una mayor cantidad de energía térmica por unidad de producto.

Si se compara el consumo de energía térmica ponderado en los últimos 8 años, notaremos que a pesar de la incorporación de estas dos unidades de negocio, el consumo sólo ha aumentado un 0,5%, lo que se debe principalmente a reducciones significativas en las plantas cerveceras a lo largo de Chile y en las plantas de ECCU.

### b2) Consumo de Energía Eléctrica Ponderada



#### Consumo de Energía Eléctrica



En cuanto a la energía eléctrica, su consumo se ha mantenido desde 2003 a una tasa promedio de 7,6 kWh/Hi.

En todas las Unidades productivas se están implementando programas de reducción de la energía consumida, como una estrategia corporativa.

En los últimos 8 años, CCU ha conseguido una importante reducción en sus índices de consumo de energía eléctrica (9,6%) debido al

efecto positivo de los planes de ahorro implementados en sus plantas, especialmente en CCU Chile y VSPT.

### 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.

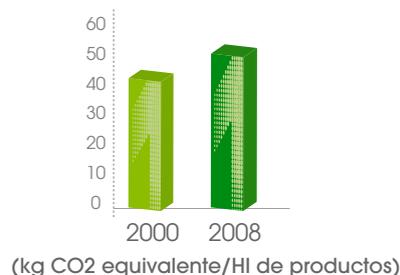
En los últimos 10 años CCU ha utilizado preferentemente para el funcionamiento de sus procesos industriales el gas natural como principal combustible.

Sin embargo, desde 2005 y especialmente entre 2006 y 2008, el abastecimiento de gas natural proveniente de Argentina fue prácticamente nulo, por lo que la Compañía ha debido recurrir a combustibles alternativos que generan una mayor emisión gaseosa.

A mediados de 2008, las plantas de CCU Chile y ECCU ubicadas en Santiago, reemplazaron el petróleo Diesel por Gas Licuado, lo que ha contribuido positivamente a la disminución en el índice corporativo de emisiones gaseosas.

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

## Emisiones Gaseosas



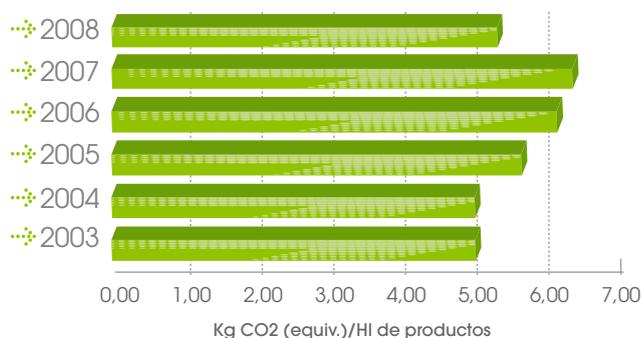
debidamente autorizados por la normativa internacional y nacional vigente. A principios de 2006, por política de la Compañía se dejó de utilizar Clorofluorocarbonos o CFC's, Halones y Bromuros en todas las Unidades de Negocios. Para los sistemas de refrigeración industrial, la Compañía ha optado por el uso de amoníaco (R717).

### d) Consumo de Agua

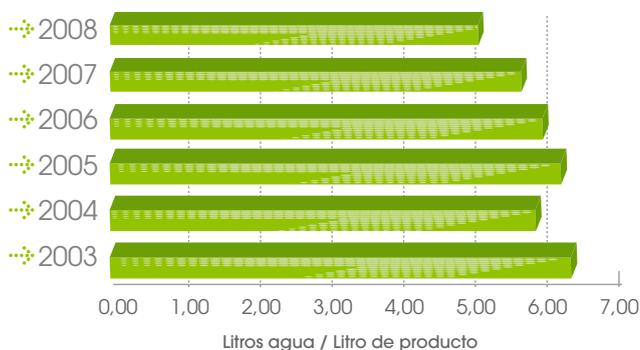
El agua es usada como materia prima en la elaboración de todos nuestros productos y adicionalmente como agente de limpieza y sanitización de nuestras instalaciones.

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.

## Emisión Gaseosa Ponderado CCU S.A.



## Consumo de Agua Ponderado CCU S.A.

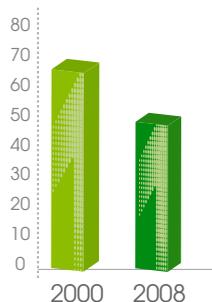


Planta VSPT Molina



Planta Viña Altair

## Consumo de agua



(HI agua/HI productos)

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

En 2008 las unidades productivas de CCU utilizaron, en promedio, 5 litros de agua por litro de producto, logrando una disminución progresiva entre 2000 y 2008 de más de 26% y un 11% respectivamente.

Las cifras de consumo de agua de CCU Chile, (5,11 litros de agua por cada litro de producto) están por debajo de la media de la industria cervecera y se encuentran en niveles internacionales de las mejores prácticas, para este indicador.

### 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.

Todos los Residuos Industriales Líquidos (RILES) de CCU provenientes de los procesos productivos de las distintas plantas pasan por uno de los distintos sistemas de tratamiento.

RILES SEGÚN TRATAMIENTO		
Tratamiento ANAEROBIO	1.573.562	(m3)
Tratamiento AEROBIO	159.584	(m3)
Tratamiento mixto ANA/AER	484.115	(m3)
Evaporación forzada	13.940	(m3)
Tratamiento Físico Químico	216.273	(m3)
Tratamiento AER tercerizado	3.543.490	(m3)
Tratamiento Emisarios tercerizado	33.652	(m3)
<b>Total</b>	<b>6.024.616</b>	<b>(m3)</b>

Viña San Pedro Tarapacá S.A., 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 2ª región, la planta Cervecera CCU Chile de Antofagasta pueda regar sus jardines con una mezcla de aguas de procesos industriales y eventualmente riles. Foods, en tanto, trabaja para disminuir la carga orgánica de sus Residuos Industriales Líquidos.

RILES SEGÚN DISPOSICIÓN		
Redes de Alcantarillado de E. Sanitarias	5.074.672	(m3)
Cursos superficiales de Agua	683.848	(m3)
Uso Interno calidad de riego	244.502	(m3)
Infiltración	21.594	(m3)
<b>Total</b>	<b>6.024.616</b>	<b>(m3)</b>

### f) Residuos Sólidos

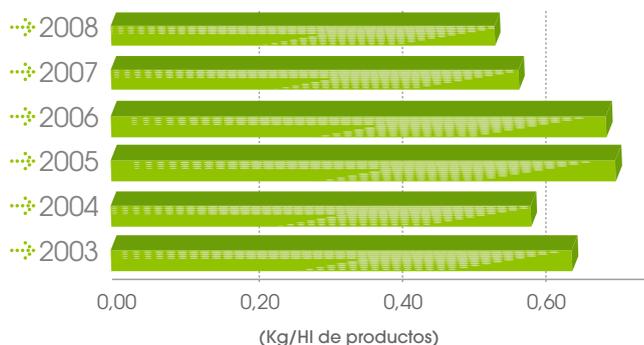
La totalidad de los residuos industriales sólidos (RISÉS) generados en las instalaciones de CCU se clasifican en los siguientes grandes grupos:

- 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.

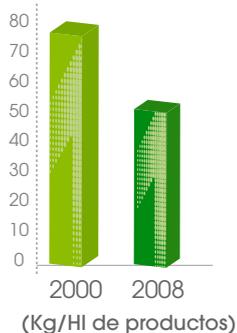


El gráfico a continuación muestra la permanente preocupación de la Compañía por disminuir los residuos sólidos no reciclables en relación con los litros producidos.

### Residuos Industriales Sólidos Ponderados CCU S.A.



### Residuos Sólidos No Reciclados



Los residuos industriales sólidos generados por las instalaciones productivas de CCU han disminuido en 6,2% respecto a 2007, incluso con la incorporación de las plantas de CPCh y Foods.

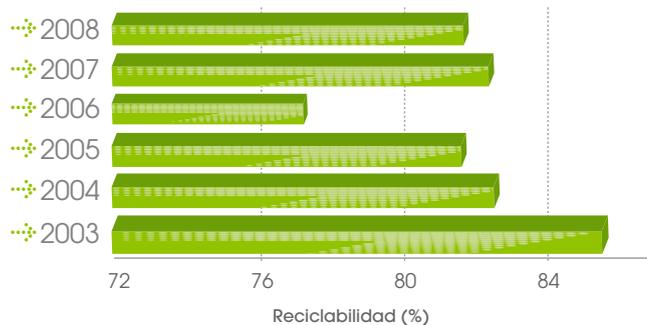
En 2008, aproximadamente el 0,09% de estos RISES correspondieron a residuos peligrosos, fundamentalmente del tipo aceites lubricantes usados, y materiales procedentes de las operaciones de mantención, los que equivalieron a 149 toneladas.

El destino final 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 muy favorable.

### Reciclabilidad de Residuos Ponderados CCU S.A.



En 2008 la Compañía alcanzó un factor de reciclaje de 81,7%, disminuyendo ligeramente respecto el año anterior. Esto principalmente por un efecto puntual proveniente del residuo Tetrapack empleado en VSPT.

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 procesos y/o productos:**

Las Unidades de Negocio de CCU han emprendido iniciativas que buscan la reducción de los impactos ambientales de sus procesos:



- A fines de 2008 la Comisión Regional del Medio Ambiente de la Región Metropolitana autorizó ambientalmente el "Proyecto Sistema de Tratamiento de Riles CCU", en la planta Cervecera de Santiago ubicada en la comuna de Quilicura. Con esta resolución de calificación ambiental se puede dar inicio al proyecto de tratamiento de aguas industriales más importante de la Compañía.
- Cervecera CCU Chile y CCU Argentina, reciclaron cerca del 97% de sus residuos sólidos, principalmente orujos y levadura.
- La planta Temuco de CCU Chile se constituyó como la primera planta industrial de CCU SA en utilizar Biogas procedente de la purificación de sus aguas industriales. Se espera que el Biogas generado en la Planta de Tratamiento de Riles, contribuya con un 10 a 15% de la demanda industrial de Energía de la planta y disminuya el equivalente de consumo de combustible no renovable.
- Durante 2008 se han conducido estudios de eficiencia de energética en planta Molina de VSPT, en planta Ovalde de CPCh, y en planta Santiago de CCU Chile, identificando opciones concretas para hacer mas eficiente el uso de la energía en 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 VSPT 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.

❖ **2- Difundiendo la Conciencia Ecológica en la Comunidad**

- **"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, lanzaron 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 amarillo 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, la Asociación Civil Dignidad y Vida Sana, y la Fundación Hábitat & Desarrollo, 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 "Doctor Orlando Alassia".



Planta CCU Chile Antofagasta



Planta FOODS Talca



# Indicadores GRI

Código GRI	Descripción	Página
<b>PERFIL</b>		
1. Estrategia y análisis		
1.1	Declaración del Gerente General	1
2. Perfil de la Organización		
2.1	Nombre de la Organización	3
2.2	Principales marcas/ productos	3
2.3	Estructura operativa de la Organización	4
2.4	Localización de la sede principal	3
2.5	Número de países en los que opera la organización	3
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	3
2.7	Mercado servidos y tipos de clientes	3
2.8	Dimensión de la Organización Informante	10, 12
2.9	Cambios significativos en la organización	8
2.10	Premios y distinciones	45
3. Parámetros del Informe		
Perfil del Informe		
3.1	Período cubierto por la información	8
3.2	Fecha del Informe anterior	8
3.3	Ciclo de presentación del Informe	8
3.4	Punto de contacto	8
Alcance y cobertura del Informe		
3.5	Proceso de definición del contenido del Informe	8
3.6	Cobertura del Informe	8
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura	8
3.8	Base para incluir información de los negocios conjuntos	8
3.9	Técnicas de medición de datos	8
3.10	Explicación de la reexpresión del Informe	8
3.11	Cambios significativos relativos al alcance, cobertura o valoración del Informe	8
4. Gobierno, compromisos, y participación de los grupos de interés		
Gobierno		
4.1	Estructura del Gobierno	25
4.2	Indicación si el Presidente ocupa un cargo ejecutivo en la organización	25
4.3	Número de miembros del Directorio independientes o no ejecutivos	25
4.4	Participación de accionistas y empleados	25
4.6	Procedimientos para evitar conflictos de interés	25
4.8	Declaraciones de misión, visión, valores, códigos de conductas y principios relevantes	5
Compromisos con Iniciativas externas		
4.12	Principios o programas desarrollados externamente	27
4.13	Principales asociaciones a las que pertenece	7
Participación de los grupos de interés		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido	9
4.15	Base para la identificación y selección de los grupos de interés	9
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés	9
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>		
Desempeño Económico		
EC1	Valor económico directo generado	10
EC3	Cobertura de la organización de planes de pensión	10
EC4	Ayudas financieras recibidas de Gobiernos	11
Presencia en el mercado		
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	11
EC7	Procedimiento para la contratación local y proporción de altos ejecutivos	11
<b>DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>		
Materiales		
EN 1	Materiales utilizados	39
EN 2	Porcentaje de los materiales utilizados que son valorizados	39
Energía		
EN 3	Consumo directo de energía	40
EN 4	Consumo indirecto de energía	40
EN 5	Ahorro de la energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia	40
EN 7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	40

Agua		
EN 8	Captación total de agua	41
EN 10	Volumen de agua reciclada	41
Biodiversidad		
EN 11	Terrenos adyacentes o ubicados en espacios naturales protegidos	44
Emisiones, Vertidos y Residuos		
EN 16	Emisiones de gases de efecto invernadero	41
EN 18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases efecto invernadero	41
EN 19	Sustancias destructoras de la capa de ozono	41
EN 21	Vertimiento de aguas residuales	42
EN 22	Residuos gestionados según tipo de tratamiento	42
EN 24	Residuos tratados que se consideran peligrosos	43
Productos y servicios		
EN 26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	43
EN 27	Productos vendidos que son recuperados al final de su vida útil	43
<b>DESEMPEÑO SOCIAL</b>		
Desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo		
Empleo		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores	12
LA3	Beneficios sociales para los empleados	13
Relaciones empresa / trabajadores		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	12
Aspecto salud y seguridad en el trabajo		
LA 6	Porcentaje de trabajadores representados en comités de seguridad y salud	15
LA7	Tasas de absentismo, accidentes, días perdidos y número de víctimas mortales	15
LA8	Programas de prevención de riesgos	15
Formación y educación		
LA10	Promedio de formación al año por empleado	17
LA11	Programas de gestión de habilidades formación continua	17
Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13	Composición de la plantilla desglosada por sexo y otros indicadores de diversidad	14
LA 14	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres	14
Desempeño de Derechos Humanos		
Explotación infantil		
HR6	Incidentes de explotación infantil	7 y 37
Trabajo Forzoso		
HR7	Incidentes de trabajo forzado	7 y 37
Desempeño de Sociedad		
Comunidad		
SO1	Evaluación de los impactos de las operaciones en las comunidades	39
Corrupción		
SO2	Unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos de corrupción	7 y 25
SO3	Formación de los empleados en procedimientos anti-corrupción	7 y 25
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	7 y 25
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	22
Etiquetado de Productos y Servicios		
PR3	Tipo de información sobre los productos requeridos por la normativa y productos sujetos a tales requerimientos informativos	23
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	24
Comunicaciones de Marketing		
PR6	Adhesión a códigos voluntarios en comunicaciones de marketing, publicidad y actividades promocionales.	24



ABRE TU MUNDO  
**CCU**