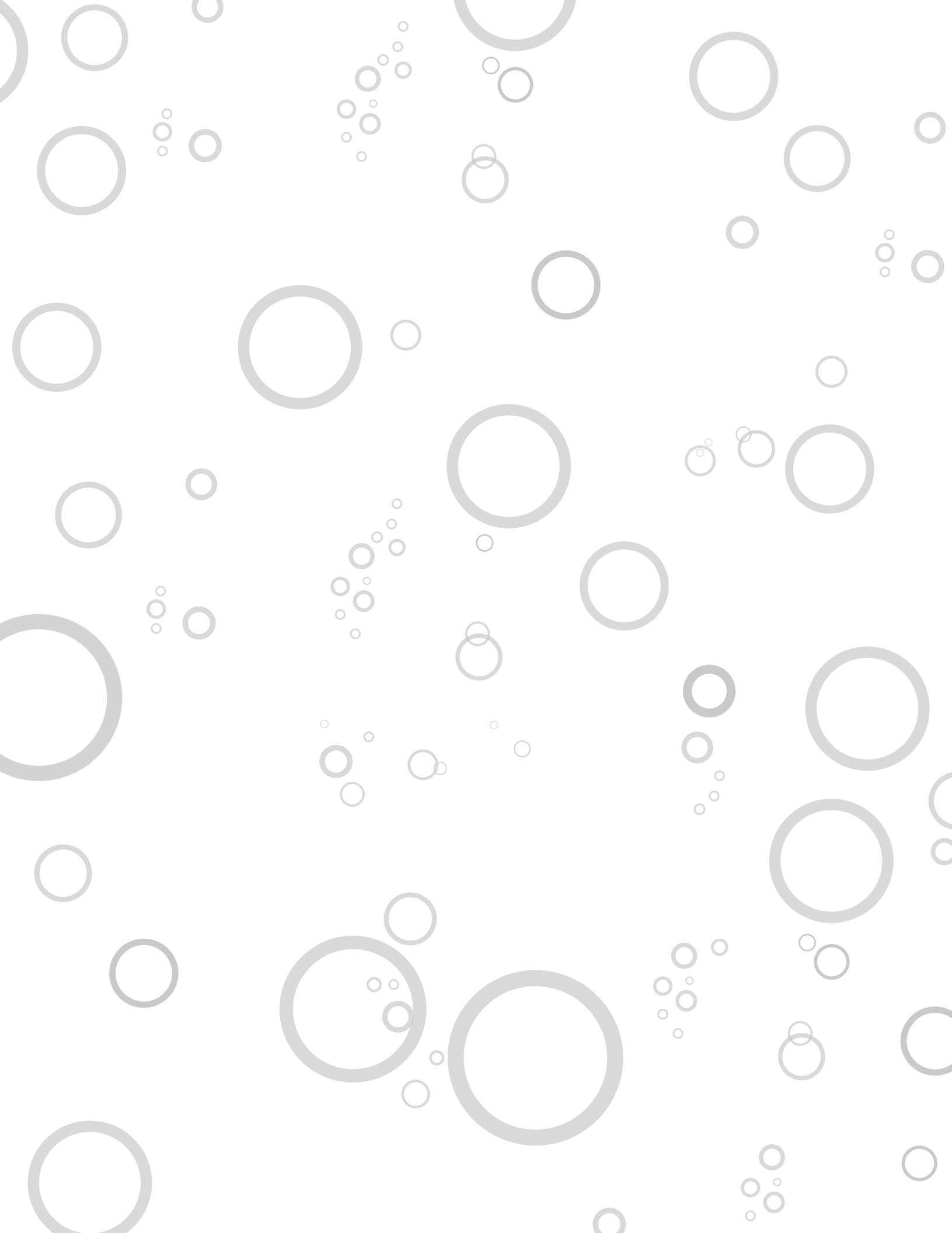


Informe de
SUSTENTABILIDAD







2013

Informe de
SUSTENTABILIDAD



ÍNDICE



01

P. 4

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL

02

P. 6

PERFIL CORPORATIVO

- Negocio de CCU
P. 8
- Estructura Accionaria
P. 9
- Estructura Operativa
P. 9
- Marcas CCU
P. 10
- Visión de Negocio
P. 11
- Gobierno Corporativo
P. 13
- Políticas CCU: Principios Éticos y Transparencia
P. 15
- Apoyo a Iniciativas
P. 20
- Membresías
P. 21
- Premios y Distinciones
P. 23

03

P. 24

ALCANCE DEL INFORME Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

- Parámetros
P. 26
- Cobertura
P. 26
- Cambios Significativos
P. 26
- Verificación
P. 26
- Participación de los Grupos de Interés
P. 26
- Definición de los Temas Materiales
P. 29
- Matriz de Materialidad
P. 31



04

P. 32

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Hitos 2013
P. 35

Desempeño Financiero
P. 35

Plan Estratégico 2014 -2016
P. 37

Participación de Mercado
P. 39

Aportes Financieros Recibidos del Gobierno
P. 39

05

P. 40

DIMENSIÓN SOCIAL

CCU y sus Trabajadores
P. 43

CCU junto a sus Clientes y Consumidores
P. 54

CCU siempre cerca de la Comunidad
P. 60

CCU y sus Proveedores: Colaboración y Confianza
P. 65

CCU y los Temas de la Industria
P. 68

06

P. 70

DIMENSIÓN AMBIENTAL

Objetivo Clave 1: Emisiones GEI (Alcance 1 + 2)
P. 73

Objetivo Clave 2: Valorización de Residuos Industriales Sólidos
P. 78

Objetivo Clave 3: Consumo Ponderado de Agua (hl/hl)
P. 83

Inversión Medioambiental
P. 85

07

P. 86

INDICADORES GRI

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL

1.1 1.2

2013: Un año de logros y transformaciones

Es un agrado dirigirme a ustedes para presentarles nuestro Informe de Sustentabilidad 2013, que también representa una Comunicación de Progreso al programa Pacto Global de las Naciones Unidas, a cuyos Diez Principios adherimos como compañía desde 2003.

En CCU, la sustentabilidad es un elemento fundamental para proyectar responsablemente nuestro negocio, y que está incorporado como parte de nuestros objetivos estratégicos para los próximos años. Creemos que una empresa debe sentar hoy las bases de su viabilidad futura, junto con responder a las exigencias y deberes que tiene con su entorno social y ambiental.

La sustentabilidad forma parte de nuestro quehacer diario y está presente en cada tarea y proceso que desarrollamos. En este sentido, nos hemos planteado contribuir a un sano desarrollo de nuestras categorías a la vez que promover el consumo responsable de nuestros productos, potenciar que nuestros colaboradores se desenvuelvan en un ambiente de alta satisfacción y sentido de pertenencia, y dar cumplimiento a nuestras metas medioambientales.

Durante 2013 conseguimos varios logros y realizamos importantes transformaciones, avanzando en cada uno de nuestros pilares de desarrollo que son Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad. Destaco especialmente nuestro ingreso a nuevas categorías y mercados, los premios y reconocimientos que nuestras marcas recibieron y la excelente

recepción que nuestros clientes y consumidores dieron a las variadas innovaciones que introdujimos.

En materia económica podemos decir que fue un año de buenos resultados, con un exitoso proceso de aumento de capital que nos permitirá cumplir con nuestros objetivos de crecimiento, nuestro ingreso al mercado de Paraguay, y las innovaciones desarrolladas. Nuestros ingresos por ventas fueron un 11,3% superiores al año 2012, alcanzando los \$1.197.227 millones y una venta de 21,9 millones de hectolitros.

El ámbito social también fue un periodo de progresos, ya que seguimos con nuestras iniciativas hacia la comunidad. En el Consumo Responsable de Alcohol, a través del Programa "Educar en Familia CCU" dedicamos nuestro esfuerzo en dictar las charlas a trabajadores de nuestras Unidades, alcanzando a más de 1.100 colaboradores, y llegando también a padres y apoderados de colegios municipalizados y particulares, Gendarmería de Chile, internos de Centros Penitenciarios y Clientes de CCU.

En Arte y Cultura tuvimos un nutrido calendario de exposiciones en la Sala de Arte CCU y finalizamos el año con la entrega de la Beca Arte CCU que en su segunda versión fue ganada por el artista nacional Raimundo Edwards.

Durante 2013, también seguimos avanzando de manera significativa en nuestra Visión Medioambiental 2020 que tiene tres objetivos claros y medibles: disminuir la generación de los gases efecto invernadero (o huella de carbono) en 20% por hectolitro producido, incrementar la valorización

de los residuos industriales a 100% y disminuir el consumo del recurso hídrico en 33% por hectolitro producido. Este 2013 damos cuenta de los progresos alcanzados, que nos permiten contar con la certeza de que alcanzaremos las metas planificadas en los plazos que nos habíamos propuesto.

Hacia adelante, contamos con el Plan Estratégico 2014-2016, la carta de navegación que define dónde concentraremos nuestro esfuerzo. En él se contemplan cinco objetivos en materias clave para CCU: el fortalecimiento de nuestra operación cervecera en todos los mercados en que estamos y estaremos presentes; el crecimiento regional en la categoría de bebidas sin alcohol; el desarrollo de la multicategoría; el perfeccionamiento de nuestra excelencia comercial y operacional mediante herramientas que consoliden una cultura de mercado, y, como adelantaba, la sustentabilidad de nuestra operación.

Me despido, agradeciendo a nuestros consumidores, clientes, proveedores, trabajadores y accionistas por su continuo apoyo y los invito a revisar estas páginas y conocer la forma en que CCU desarrolla su negocio de manera amigable y cercana con el entorno y la comunidad.

Atentamente,

Patricio Jottar N.
Gerente General CCU S.A.





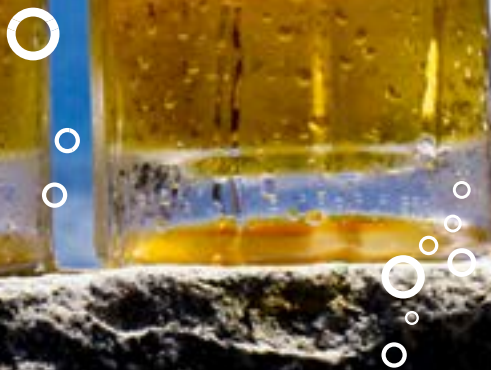
Un mundo de sabores
CCEU

02

Perfil CORPORATIVO



CRISTAL
CERVEZA





1. Negocio de CCU 2.1 2.5

CCU ES UNA COMPAÑÍA DIVERSIFICADA QUE PARTICIPA EN LOS NEGOCIOS DE CERVEZAS, LICORES, VINOS, GASEOSAS, JUGOS Y NÉCTARES, AGUAS EMBOTELLADAS, HOME AND OFFICE DELIVERY (HOD), BEBIDAS FUNCIONALES Y ALIMENTOS LISTOS PARA CONSUMIR, CON OPERACIONES PRODUCTIVAS EN CHILE, ARGENTINA, URUGUAY Y, DESDE 2013, PARAGUAY.

Su historia comenzó con las sucesivas uniones entre la cervecera de Joaquín Plagemann, la Fábrica de Cervezas de Limache, y la Fábrica de Cerveza y Hielo de Gubler y Cousiño. En 1902, ya como Fábrica Nacional de Cervezas, se constituyó como una sociedad anónima bajo el nombre de Compañía Cervecerías Unidas. (En adelante, indistintamente "CCU" o la "Compañía").

Durante las décadas siguientes CCU adquirió otras fábricas cerveceras, hasta convertirse en protagonista de la industria nacional. En los siguientes años la Compañía continuó creciendo e inició un proceso de exploración y diversificación, con el ingreso a los negocios de aguas embotelladas, gaseosas y fabricación de envases plásticos.

En la década de los noventa se abrió un nuevo capítulo en la ampliación de CCU, con la firma de acuerdos de licencia junto a compañías líderes, y el ingreso a la industria vitivinícola, con la adquisición de parte de la propiedad de Viña San Pedro S.A. (VSP). Posteriormente la Compañía comenzó su proceso de internacionalización llegando a Argentina, lo que marca el inicio de la expansión de CCU hacia otros países en los que actualmente opera.

Hoy, en términos de liderazgo, CCU es:

- El mayor actor de la industria de las cervezas en Chile.
- El segundo mayor productor en la industria de gaseosas y el mayor embotellador de agua mineral y néctares en Chile.

- El segundo mayor productor y exportador de vinos en Chile.
- El líder de la industria de licores en nuestro país.
- Un actor relevante en la industria de los productos listos para consumir.

Principales cifras 2.7 2.8



(1) Estas cifras corresponden a las operaciones de CCU en Chile.

(2) Estas cifras corresponden al consolidado CCU que incluye Chile, Río de la Plata y Vinos.

2. Estructura Accionaria 2.6

Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU) es una sociedad anónima abierta, constituida conforme a las leyes de Chile, con operaciones directas en Chile, Argentina, Uruguay y Paraguay. Sus acciones son transadas en los mercados bursátiles de Chile y en la Bolsa de Valores de Nueva York.

El 60% de las acciones de CCU corresponden a Inversiones y Rentas S.A. (IRSA). Esta sociedad controladora es propiedad, en partes iguales, de Heineken Chile Ltda. y de Quiñenco S.A., holding del grupo Luksic. El 40% restante se compone de ADR's⁽¹⁾ (12,9%) y de acciones que pertenecen a inversionistas minoritarios (27,1%).

Socios estratégicos

La búsqueda y consolidación de alianzas estratégicas es uno de los caminos que CCU ha recorrido exitosamente

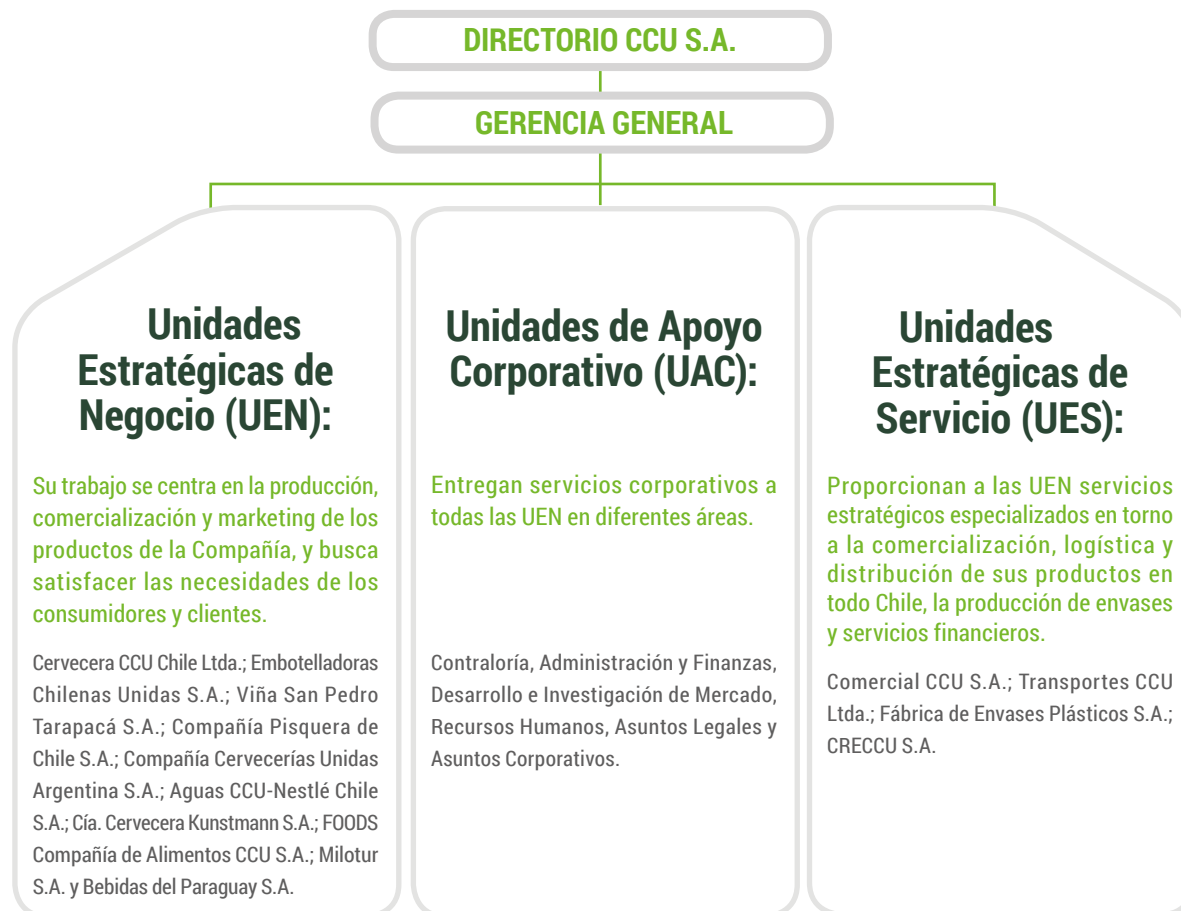
en su crecimiento y desarrollo. Para lo anterior nos hemos relacionado con nuestros socios estratégicos quienes tienen liderazgo internacional, apalancados por la fortaleza de sus marcas, sus altos estándares de calidad y su reconocida innovación en la industria de los bebestibles.

Gracias a esto se han materializado importantes proyectos de inversión internacional y convenios de distribución para el mercado chileno, argentino, uruguayo y paraguayo.

CCU mantiene contratos de licencia y/o joint ventures con Heineken Brouwerijen B.V., Anheuser-Busch Incorporated, PepsiCo Inc., Schweppes Holdings Limited, Guinness Brewing Worldwide Limited, Société des Produits Nestlé S.A., Pernod Ricard, Compañía Písquera Bauzá S.A., Promarca S.A.

3. Estructura Operativa 2.3

CCU S.A. se divide en tres tipos de Unidades, en las cuales trabajan más de cinco mil setecientas personas en Chile.



(1) Un ADR o American Depositary Receipt, es un instrumento financiero norteamericano transable, que representa propiedad sobre acciones de una compañía no americana que es transada públicamente. Los ADR'S se transan en dólares en los mercados de valores americanos. Los ADR'S fueron especialmente diseñados para facilitar a inversionistas americanos la transacción sobre instrumentos transables de compañías extranjeras.

4. Marcas CCU 2.2 2.7

El portafolio de CCU refleja un constante proceso de modernización e innovación para satisfacer las demandas de clientes y consumidores que buscan productos de calidad. Como Compañía, estamos atentos a un país y una sociedad cada vez más dinámica y exigente.

Cervezas

Junto con Cerveza Cristal, líder en su rubro, ofrecemos al mercado Cristal Light y Cristal Cer0,0°, Escudo, Royal Guard, Morenita, Dorada, Lemon Stones, Heineken, Budweiser, Austral, Kunstmann y D'olbek.

Vinos

Viña San Pedro Tarapacá reúne a las viñas San Pedro, Tarapacá, Santa Helena, Misiones de Rengo, Altaír, Leyda, Viña Mar y Casa Rivas.

Licores

Compañía Pisquera de Chile produce y comercializa las marcas de pisco Mistral, Control C, Horcón Quemado, Tres Erres, Campanario, Ruta Norte y La Serena. En la categoría Ice Premium Blend, CCU participa con Mistral Ice. En materia de ron, cuenta con Sierra Morena y Cabo Viejo, y en licores, con Fehrenberg. Además cuenta con alianzas estratégicas de distribución con Pernod Ricard y Pisco Bauzá. También participa en el negocio de la sidra a través de la marca Apple Storm.

Gaseosas

ECCUSA produce y comercializa las marcas Bilz y Pap, Kem y Nobis. A su vez tiene las licencias de PepsiCo con sus marcas 7Up y Pepsi, y de Schweppes Holdings Limited, Crush, Limón Soda, Canada Dry Ginger Ale y Canada Dry Agua Tónica.

Jugos y Néctares

CCU participa del negocio de jugos y bebidas de fruta con Watt's, a través de Promarca, Frugo y Ocean Spray de PepsiCo.

Aguas minerales, purificadas, saborizadas

Con Aguas CCU-Nestlé, la Compañía tiene las marcas Cachantun, Mas de Cachantun, Mas Woman de Cachantun, Porvenir, Perrier y Nestlé Pure Life.

Home and Office Delivery

A través de Aguas CCU -Nestlé la Compañía participa en el negocio de Home and Office Delivery (HOD) con la marca Manantial.

Bebidas Funcionales

CCU produce localmente la bebida isotónica Gatorade y el Té helado Lipton Ice Tea. También comercializa la bebida energética Adrenaline Red y el agua saborizada adicionada con vitaminas SOBE LifeWater.

Alimentos listos para consumir

FOODS Alimentos CCU es la filial con que la Compañía participa en el negocio de los productos alimenticios listos para consumir (Ready to Eat) con sus marcas Natur, Nutra Bien y Calaf. Además, mantiene un acuerdo de distribución con la empresa de golosinas Fini y la de bizcochos Bauducco.



5. Visión de Negocio

Misión CCU 4.8

Para CCU “el trabajo bien hecho” es aspirar a la excelencia operacional en cada uno de sus procesos, y se expresa en la calidad del servicio a sus clientes, en la confianza que imprime en todos sus desarrollos y en las mejores prácticas de su gestión.

Por el “bien de las personas” implica que CCU, además de buscar el legítimo beneficio propio, procura también el beneficio de sus trabajadores, accionistas, consumidores, clientes y comunidad en general.

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

“Mediante marcas de alta preferencia” habla de la vocación de la empresa por la construcción de marcas fuertes y valoradas en la mente y en el corazón de sus consumidores.

“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”.

Nuestros Pilares Estratégicos

CCU desarrolla su negocio basándose en tres orientaciones estratégicas, transversales a todas las operaciones de la Compañía:

PILARES ESTRATÉGICOS CCU

Rentabilidad

Maximizar el valor de nuestros negocios en su dimensión actual, optimizando márgenes, reduciendo gastos y generando excelencia operacional en todos sus procesos.

Crecimiento

Incrementar la dimensión actual del valor de los negocios con nuevos productos, atendiendo nuevas necesidades, nuevos canales y nuevas ocasiones de consumo, ganando participación de mercado entrando a nuevos negocios y categorías.

Sustentabilidad

Entendemos la sustentabilidad como la capacidad de asegurar el valor de la Compañía con una visión de largo plazo, sobre bases de rentabilidad y crecimiento, fundamentadas en la consideración de que la empresa busca perdurar en el tiempo y que debe contribuir a que la comunidad y el medio ambiente también lo hagan.



OCU



Plan Estratégico 2014 - 2016

El Plan Estratégico encabeza los Procesos Directivos de CCU y es el que define las prioridades para los próximos años, estableciendo lineamientos de acción que orientan transversalmente el trabajo de todos los miembros de la organización.

Éste consiste en la definición de Objetivos Estratégicos, de los cuales se desprenden las prioridades anuales que mantienen a la Compañía perfectamente alineada y con foco en el desarrollo de las tareas concretas que construirán la visión de largo plazo.

El año 2013 puso fin al trienio del Plan Estratégico 2011 - 2013. Con el año 2014 se da inicio a un nuevo Plan Estratégico para el siguiente periodo 2014 - 2016.

6. Gobierno Corporativo

4.1 4.2 4.3 4.5 4.7 4.9

El principal órgano de administración de la Compañía es su Directorio. Éste sesiona regularmente una vez al mes, existiendo reuniones extraordinarias que son especialmente convocadas por el Presidente a solicitud de cualquiera de los miembros del Directorio.

Composición del Directorio

Está constituido por nueve directores que son elegidos en la Junta Ordinaria de Accionistas. Normalmente, el Directorio en su totalidad se renueva cada tres años y puede designar reemplazantes para llenar cualquier vacante que se produzca entre las Juntas de Accionistas.

El pasado 27 de marzo de 2013 se produjo el sensible fallecimiento de Guillermo Luksic Craig, quien presidió el Directorio de la Compañía desde 1990. Su dedicación, destreza y experiencia, plasmadas con perseverancia durante estos 23 años, transformaron a CCU en la principal compañía de bebestibles del país.

Guillermo Luksic fue reemplazado en su cargo de Presidente por el señor Andrónico Luksic Craig. Junto con ello, y en cumplimiento con las disposiciones legales pertinentes, se renovó la nómina del Directorio en la Junta Ordinaria de Accionistas de abril de 2013.

El Directorio quedó compuesto de la siguiente forma:

Andrónico Luksic Craig	John Nicolson	Vittorio Corbo Lioi
Chileno	Británico	Chileno
Presidente	Vice Presidente	Director
Director de Empresas	Marketing y Economía	Doctor en Economía
Actualmente es Presidente del Consejo de SM Chile S.A., y Vicepresidente del Directorio del Banco de Chile, Quiñenco S.A., y LQ Inversiones Financieras S.A. Es además miembro del Directorio de varias empresas e instituciones, entre otros cargos.	Es Vice Presidente del Directorio de CCU desde 2008. Presidente de Inversiones y Rentas S.A., y miembro del Directorio de Cervecería CCU Chile Ltda. y Compañía Písquera de Chile S.A.	Investigador asociado senior en el Centro de Estudios Públicos en Santiago de Chile y Profesor de Economía en la Pontificia Universidad Católica de Chile. Igualmente, es miembro del Consejo del Banco Santander-España, Banco Santander Chile y Endesa Chile.
Pablo Granifo Lavín	Jorge Luis Ramos Santos	Manuel José Noguera
Chileno	Mexicano	Chileno
Director	Director	Director
Ingeniero Comercial	Administrador y Contador Público	Abogado
Presidente de las filiales Banchile Administradora General de Fondos S.A., Banchile Factoring S.A., Banchile Asesoría Financiera S.A., Banchile Securitizadora S.A. y Socofin S.A. Es además Presidente del Comité Ejecutivo de Banchile Corredores de Seguros Ltda.	Se desempeña como miembro del Directorio de Viña San Pedro Tarapacá S.A., Embotelladoras Chilenas Unidas S.A., Cervecería CCU Chile Ltda., Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A., Compañía Industrial Cervecería S.A., Compañía Písquera de Chile S.A., e Inversiones y Rentas S.A.	Ocupa el cargo de Gerente Legal de Quiñenco S.A. y socio senior de la firma de abogados Noguera, Larraín y Dulanto Ltda. Es asesor legal del grupo Luksic desde hace más de 35 años. Miembro del Directorio de Inversiones y Rentas S.A.
Carlos Molina Solís	Philippe Pasquet	Francisco Pérez Mackenna
Mexicano	Francés	Chileno
Director	Director	Director
Ingeniero Comercial	Comercio	Ingeniero Comercial
Se ha desempeñado como Director de CCU desde abril de 2012. Actualmente es el responsable del Desarrollo de Negocios para las Américas de Heineken. Fue anteriormente responsable de Planificación y Estrategia en FEMSA Cerveza.	Integra los Directorios de Compañías Cervecerías Unidas Argentina S.A., Compañía Industrial Cervecería S.A., Viña San Pedro Tarapacá S.A., Embotelladoras Chilenas Unidas S.A., Cervecería CCU Chile Ltda., Compañía Písquera de Chile S.A., Foods Compañía de Alimentos CCU S.A., e Inversiones y Rentas S.A.	Destaca como miembro del Directorio de varias compañías, entre ellas Cervecería CCU Chile Ltda., Compañía Industrial Cervecería S.A., Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A., Embotelladoras Chilenas Unidas S.A., Foods Compañía de Alimentos CCU S.A., Compañía Písquera de Chile S.A., e Inversiones y Rentas S.A.

Comités del Directorio

Comité de Directores: Su principal responsabilidad es revisar los estados financieros de la Compañía y los informes entregados por los auditores independientes. Debe emitir una opinión sobre dichos estados y elaborar un documento para la aprobación de los accionistas.

Además, el Comité entrega recomendaciones al Directorio en relación al nombramiento de auditores externos independientes; revisa e informa sobre las transacciones entre empresas asociadas; y revisa las políticas, planes de remuneraciones de los gerentes y principales ejecutivos, supervisando su desempeño.

Comité de Auditoría: Es el organismo responsable de la contratación, remuneración y supervisión del trabajo de las firmas de contabilidad pública que preparan y emiten los

informes de auditoría. También se encarga de resolver los desacuerdos entre la administración y los auditores externos respecto de los informes financieros de la Compañía. Por último, toma conocimiento de las quejas recibidas por el emisor respecto de la contabilidad, controles contables u otras materias de auditoría.

Comité de Dirección: Está integrado por gerentes de las Unidades de Negocio (UEN) y Unidades de Apoyo Corporativo (UAC), y tiene por función colaborar con la gestión de la Gerencia General. De ella depende la comunicación de los resultados periódicos al Directorio. El Comité también participa en el diseño del Plan Estratégico de la Compañía y sus filiales, debiendo velar por su cumplimiento, una vez aprobado por el Directorio.

Remuneración del Directorio

Para el ejercicio 2013, se fijó una dieta de 100 Unidades de Fomento para cada director y de 200 Unidades de Fomento para el Presidente del Directorio, por cada sesión a la que asistan.

Además de una cantidad equivalente al 3% de los dividendos que se distribuyeren, para el Directorio en su conjunto, a distribuirse en razón de una novena parte cada director y en proporción al tiempo que cada uno hubiere servido el cargo durante el año 2013. En caso que los dividendos distribuidos excedan 50% de las utilidades líquidas, la participación del Directorio se calculará sobre un máximo de 50% de dichas utilidades.

Adicionalmente, los Directores que integran el Comité de Directores perciben una dieta de UF 34, por cada sesión a la que asisten, más lo que corresponda como porcentaje de los dividendos hasta completar el tercio de la remuneración total que cada Director individualmente percibe en su calidad de tal, conforme al artículo 50 Bis de la Ley N° 18.046 y Circular 1956 de la SVS. Por su parte, los Directores que integran el Comité de Negocios perciben una dieta de UF 17 por cada sesión a la que asisten. Aquellos Directores que forman parte del Comité de Auditoría reciben una remuneración mensual de UF 25.



CCU fue reconocida como el mejor gobierno corporativo 2013 por la prestigiosa revista inglesa World Finance. El premio destaca el alto nivel de transparencia hacia los inversionistas, mediante una estructura de gobierno corporativo totalmente incorporada en el modelo de negocio y que cuenta con el apoyo del directorio y los comités que velan por su correcto funcionamiento. World Finance es uno de los medios impresos más importantes en el ámbito de las finanzas. Otorga esta distinción a nivel mundial a una empresa en cada país.

Relación con Inversionistas 4.4

La Gerencia de Relación con Inversionistas tiene la misión de responder de manera oportuna a las inquietudes que manifiesten los accionistas e inversionistas, nacionales o extranjeros, respecto de la situación y marcha de la Compañía, y sus negocios públicamente conocidos, indicándoles además dónde pueden obtener la información que por ley puede ser provista a los accionistas y al público en general⁽²⁾.

Como es usual, los accionistas de CCU pueden también comunicar recomendaciones o indicaciones al Directorio a través de las Juntas Ordinarias de Accionistas. En el caso de los trabajadores

(2) Según la Norma de Carácter General N° 341 que establece normas para la difusión de información respecto de los estándares de Gobierno Corporativo adoptados por las Sociedades Anónimas abiertas. (SVS)

no existe un canal formal específico para hacer llegar a la mesa directiva este tipo de recomendaciones.

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

- Entrega trimestralmente un análisis detallado de sus resultados por cada área de negocios.
- Posteriormente, el Gerente General realiza una conferencia telefónica en la que explica los lineamientos estratégicos de CCU y responde las preguntas de analistas e inversionistas, tanto locales como del exterior.
- Adicionalmente, hace públicos sus volúmenes de ventas en forma trimestral.
- Entrega información complementaria, tanto a nivel consolidado como por segmento de negocio, en su Memoria Anual y en el Formulario 20-F.
- Participa en conferencias y realiza roadshows anualmente en Estados Unidos y Europa.



LA INFORMACIÓN ACERCA DE LA COMPAÑÍA ES CONSTANTEMENTE ACTUALIZADA Y DETALLADA EN EL SITIO DE RELACIÓN CON INVERSIONISTAS DE CCU: WWW.CCUINVESTOR.COM

Cambios en la Organización

En 2013 CCU inició una nueva etapa de importantes desafíos a la vez de enormes oportunidades de expansión en sus operaciones actuales y en nuevos negocios en Latinoamérica. Frente a esto, el Directorio, en la sesión del 3 de diciembre 2013, tomó la decisión, de acuerdo a las Políticas de CCU, de llamar a retiro anticipado a 12 Gerentes de diferentes Unidades y áreas de la Compañía, los que fueron reemplazados íntegramente por ejecutivos que trabajan dentro de CCU.

Además, con el propósito de acercar las funciones corporativas a las operaciones propias de la Compañía, también se decidió el traslado de las oficinas corporativas a nuevas instalaciones que se construirán en el terreno de la planta cervecera de Quilicura, antes de diciembre de 2015.

7. Políticas CCU: Principios Éticos y Transparencia 4.6 4.8 PR6

CCU cuenta con diversas políticas, procedimientos, reglamentos y otros documentos que orientan el actuar de quienes trabajan en la Compañía o que se relacionan de algún modo con esta. Dichos documentos están disponibles en las diferentes plataformas como "Biblioteca de Políticas y Procedimientos", sitio web de Relación con Inversionistas y Portal de Proveedores.

De los más de tres mil documentos existentes, cerca de mil corresponden a políticas y procedimientos que se aplican a nuestros negocios y operaciones. Los otros documentos corresponden a documentos relacionados con especificaciones técnicas, certificados y normas. Todos los documentos de la biblioteca están en permanente revisión y actualización.

A continuación se especifican las principales políticas y códigos en relación a los ámbitos económico, medioambiental y social.

Código de Conducta del Directorio

El quehacer de los directores está regido por una serie de principios, procedimientos, políticas y buenas prácticas de gobierno corporativo de la Compañía Cervecerías Unidas S.A. y de sus filiales, recogidos en el Código de Conducta del Directorio.

(PARA MAYOR INFORMACIÓN [HAGA CLICK AQUI](#) )

Código de Conducta en los Negocios

El Código de Conducta en los Negocios es válido para todos los trabajadores de CCU y sus filiales. Con el propósito de

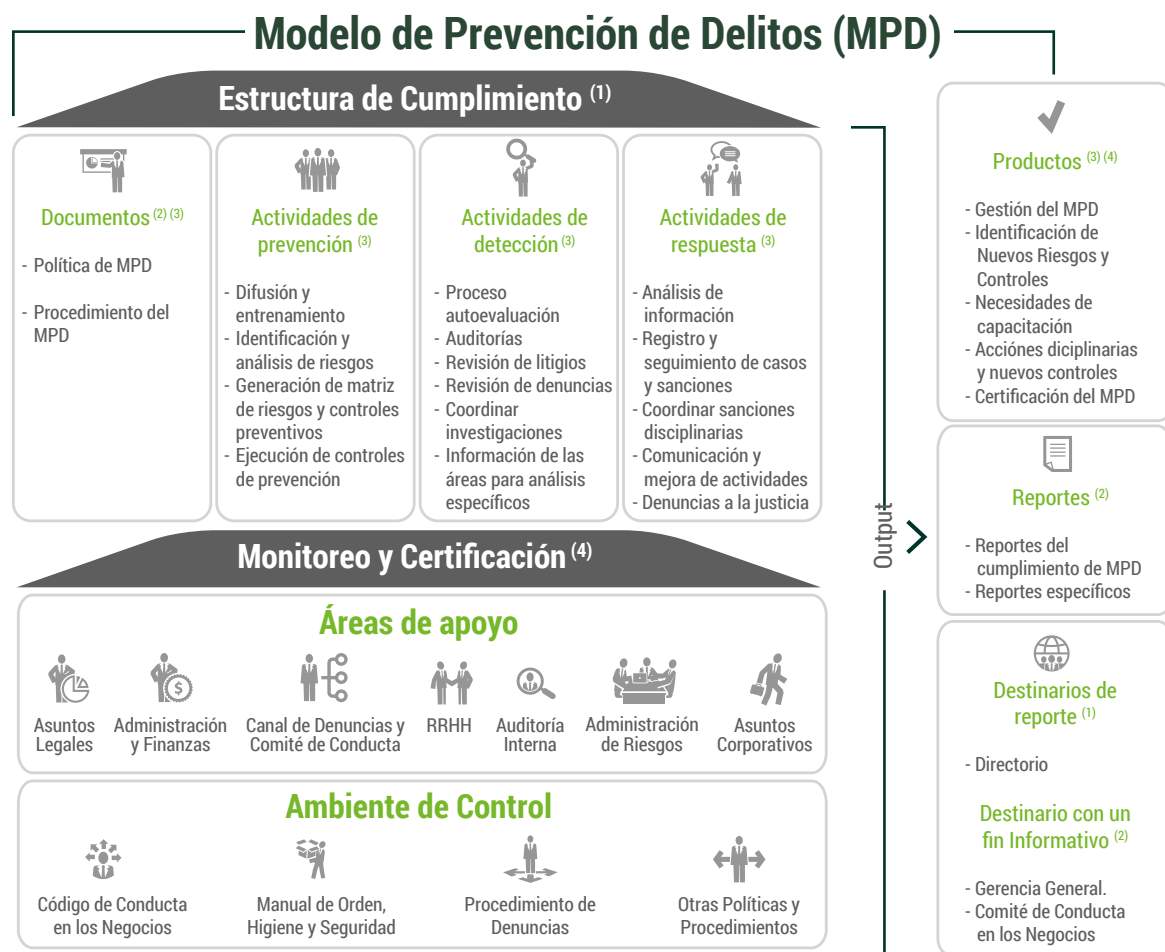
contribuir al conocimiento y entendimiento de su contenido, CCU entrega este documento a todo el personal que ingresa a la Compañía. Adicionalmente, se mantiene disponible en la Intranet el curso sobre el Código de Conducta en los Negocios, al que pueden acceder libremente todos los trabajadores.

Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado

De acuerdo a lo dispuesto por la Superintendencia de Valores y Seguros, las sociedades anónimas abiertas deben contar con manual para guiar la divulgación de información de interés, el resguardo de la información confidencial y sentar las normas sobre transacciones de valores por directores, ejecutivos y personas relacionadas.

Modelo de Prevención de Delitos (MPD) [S02](#) [S04](#) [HR4](#)

En línea con la Política de Prevención de Delitos, CCU ha dispuesto de un modelo que tiene como objetivo prevenir los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y cohecho, que vayan en beneficio de la Compañía, y que



Referencia numerales Art.4 ley 20393:

(1) Designación de un encargado de prevención por los Directorios de todas las Personas Jurídicas.

(2) Definición de medios y facultades del encargado de prevención de delitos.

(3) Establecimiento de un sistema de prevención de los delitos.

(4) Supervisión y certificación del sistema de prevención de delitos.

puedan ser cometidos por los dueños, controladores, ejecutivos, administradores, o quienes estén bajo la dirección o supervisión directa de alguno de ellos.

El MPD contiene todos los elementos que le permiten cumplir con su deber de supervisión y dirección, de acuerdo con lo señalado en la Ley 20.393 de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas. Durante el año 2013, como una de las actividades de prevención, se continuó con el proceso de difusión del MDP a todos sus funcionarios.

Procedimiento de Denuncias

Este mecanismo permite a todos los trabajadores de CCU y sus filiales, así como a personas externas, informar o denunciar de forma anónima toda actividad cuestionable, que pueda violar procedimientos de contabilidad y controles internos, materias de auditoría, o los principios éticos de la Compañía, incluyendo el Modelo de Prevención de Delitos.

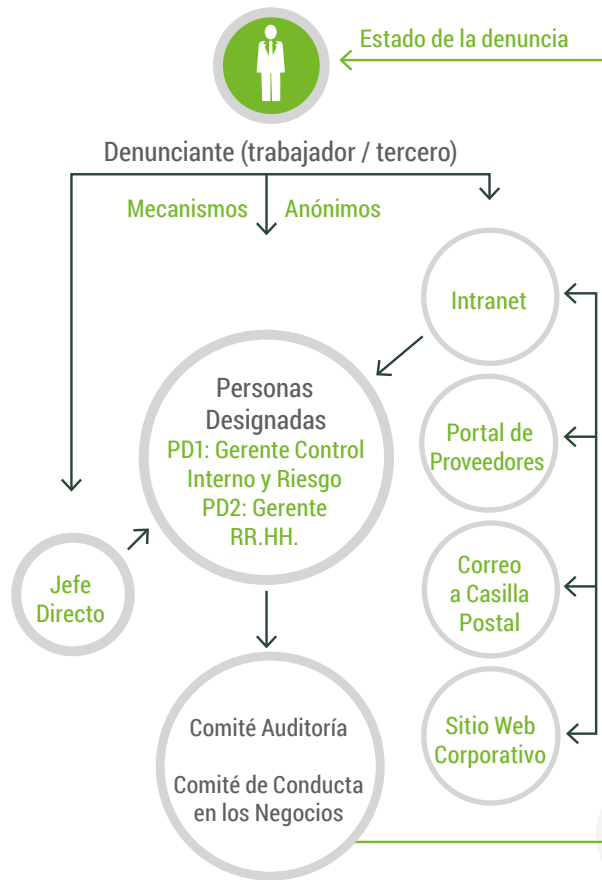
A partir de 2013, las denuncias internas y externas pueden ser canalizadas a través de una plataforma virtual administrada por la consultora de servicios profesionales Deloitte, la cual garantiza seguridad, confidencialidad y anonimato (en caso de ser solicitado).

A esta plataforma se puede acceder por medio de la Intranet de CCU, el sitio web corporativo y el Portal de Proveedores de la Compañía. Otras formas de hacer llegar las denuncias son: a través de una carta confidencial o correo electrónico, o bien contactar a las personas designadas⁽³⁾.

Una vez recibida una denuncia, se debe presentar al Comité de Conducta en los Negocios o al Comité de Auditoría, dependiendo de su naturaleza. Adicionalmente, aquellas denuncias relacionadas al incumplimiento del MPD se deben presentar al Encargado de Prevención de Delitos⁽⁴⁾. Todas las denuncias deben ser investigadas, excepto aquellos casos en que la información recibida de parte del denunciante, sea insuficiente como para dar inicio a una investigación. La investigación la puede realizar directamente el Comité, o puede asignarla a un tercero, como Auditoría Interna, Administración, asesores externos, u otros. El Comité de Conducta en los Negocios es quien recomienda o impone la aplicación de medidas disciplinarias o despidos a la unidad a la que pertenezca el trabajador involucrado en la denuncia.

Posteriormente, la Persona Designada, informa a los denunciantes el estado de su reclamo por la vía en que este fue presentado, sin afectar la confidencialidad y el anonimato. Si, concluido el proceso, el denunciante no queda satisfecho con

Flujo Procedimiento de Denuncias



las decisiones que se adopten, puede replantear la denuncia al Comité o Encargado correspondiente.

Cifras 2013

Durante 2013 se cursaron 35 denuncias, provenientes de los distintos canales dispuestos para ello.

Las materias de las denuncias corresponden principalmente a: vulneración de controles e incumplimiento de procedimientos (59%), sustracción o uso indebido de activos (15%), temas referidos al ámbito laboral (15%) y temas referidos a conflictos de interés y negociación incompatible (12%).

34 denuncias fueron investigadas, resultando en 9 desvinculaciones y renuncias, además de 12 cartas de amonestación y 23 recomendaciones para mejorar procesos de control⁽⁵⁾.

(3) Las personas designadas son ejecutivos designados por el Comité de Auditoría en conjunto con el Comité de Conducta en los Negocios.

(4) El Encargado de Prevención de Delitos es designado por el Directorio de CCU.

(5) Fuente: Presentaciones al Comité de Denuncias en los Negocios.

Del total de trabajadores afectados con desvinculaciones o renuncias entre 2005 y 2013, el 21% corresponde a gerentes o subgerentes, el 52% a jefes, encargados y supervisores y el 28% restante a otros trabajadores.

Política Medioambiental

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 Visión Medioambiental 2020 de CCU, que busca cumplir tres objetivos: disminuir la generación de los gases efecto invernadero en 20% por hectolitro equivalente, incrementar la valorización de los residuos industriales a 100% y disminuir el consumo del recurso hídrico en 33% por hectolitro equivalente.

Política de Recursos Humanos

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

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

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

De acuerdo con esta Política, el supervisor inmediato establece las necesidades de capacitación y desarrollo de sus colaboradores, y para tal efecto cuenta con dos procesos formales: la Evaluación del Desempeño y el Programa Anual de Capacitación. Para la definición de la forma más eficaz y eficiente de lograr los objetivos de capacitación y desarrollo, el Supervisor CCU se apoya en la Unidad Corporativa de Capacitación.

Guía de Buenas Prácticas Proveedor CCU

Basada en la aplicación de reconocidos estándares internacionales relacionados a la Conducta en los Negocios,

Respeto a las Personas y al Medioambiente, la “Guía de Buenas Prácticas Proveedor CCU” establece que las empresas que proveen a la Compañía de insumos o servicios también tiene la oportunidad de ser parte de este compromiso de contribuir al bienestar de la Sociedad.

Dentro de ese contexto, CCU espera que todos sus proveedores ayuden a hacer extensivo ese compromiso con la comunidad, haciendo suyo a su vez, el cumplimiento de nuestros principios en sus propios negocios y que por lo tanto estén dispuestos a suscribir una declaración en tal sentido.

En el capítulo Dimensión Social de este informe se detalla más acerca de esta Guía de Buenas Prácticas (página 66).

Política de Alcohol

CCU es una empresa de productos listos para consumir, con una amplia oferta para todas las 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 para consumo humano, es beneficioso si se ingiere en forma moderada y de manera responsable, y perjudicial si se hace en exceso. Mediante el documento Política de Alcohol CCU que se entrega a cada trabajador al ingresar a la Compañía, así como a sus asesores externos, tales como oficinas de comunicación, agencias de publicidad o productoras, CCU orienta a todos sus colaboradores en el fiel cumplimiento de las normas relativas a los productos con alcohol.

Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables

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

Términos y Condiciones Generales de Políticas Comerciales de CCU

Tiene por finalidad contar con un instrumento general que refleje las políticas comerciales y que sirva de guía en el desarrollo de la gestión comercial que CCU y sus filiales realizan. Incluye normas de conducta para los directores, ejecutivos y empleados.





8. Apoyo a Iniciativas ⁽¹⁾ 4.12

- **Pacto Global:** Desde 2003, CCU adhiere a este Programa de la Organización de las Naciones Unidas, que invita a las empresas a respetar, implementar e informar sobre diez principios relativos a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medioambiente y la Anticorrupción.

Por medio de este Informe de Sustentabilidad, CCU da cuenta también de sus avances en las materias cubiertas por los Diez Principios.

La Compañía también apoya el desarrollo de iniciativas públicas y privadas, que buscan la colaboración de las marcas y las empresas chilenas⁽²⁾.

- **Elige Educar:** es una iniciativa que busca mejorar la valorización social del profesor, convirtiendo la docencia en una alternativa profesional llamativa, y atraer a personas con vocación y talento a las carreras de Educación.
- **Elige Vivir Sano:** programa del gobierno que busca contribuir a la instalación de prácticas de vida saludable en los chilenos, con el fin de disminuir factores y conductas de riesgo asociados a enfermedades crónicas no transmitibles.
- **Sello ProPyme:** originado en el Ministerio de Economía. Reconoce a las empresas que cumplan con pagar a sus proveedores en un plazo menor a 30 días. Esto para contribuir al logro de mejores condiciones para las empresas de menor tamaño del país.



DERECHOS HUMANOS

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

NORMAS LABORALES

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

MEDIOAMBIENTE

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

ANTICORRUPCIÓN

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

(1) En el Capítulo Social se encuentra información más detallada acerca de la colaboración de CCU con estos programas.

(2) Se encuentra mayor detalle de estos programas en el Capítulo Social de este Informe.



9. Membresías 4.13

CCU participa en diversas asociaciones, gremios e iniciativas del sector público y privado, que incluyen los ámbitos industrial, publicitario y comercial. Entre ellas se encuentran:

Asociación, Agrupación o Iniciativa	Tipo de participación
Asociación de Cerveceros Latinoamericanos	CCU forma parte de comités.
Asociación de Cerveceros de Chile (ACECHI)	La Compañía es uno de los socios fundadores. Participa en el directorio a través de CCU S.A. y la filial Cervecera CCU Chile.
Asociación Gremial Vinos de Chile A.G.	La filial Grupo San Pedro Tarapacá es una de las viñas asociadas. Es parte de comités.
Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (ANBER):	A través de la filial ECCUSA. Participación en el directorio.
Asociación Chilena de Empresas de Bebidas Espirituosas Pro Consumo Responsable (APROCOR):	Representados por la filial CPCh, con presencia en el directorio.
Asociación de Productores de Pisco A.G:	Participa a través de CPCh, con presencia en el directorio y el comité ejecutivo.
Asociación Nacional de Avisadores (ANDA):	Representada por las filiales ECCUSA y Cervecera CCU Chile.
Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA):	Se hace presente en comités, a través de CCU S.A.
Acción RSE:	A través de CCU S.A. la Compañía es parte de las empresas socias que trabajan por el desarrollo sustentable de Chile.
Generación Empresarial:	Empresa asociada.
Cámara Chileno Croata:	Empresa asociada.





10. Premios y Distinciones 2.10

Estos son algunos de los reconocimientos que CCU y sus marcas comerciales recibieron durante 2013:

- Embotelladora CCU (ECCUSA) recibió el premio Bottler of the Year o Embotellador del Año para la región de Latinoamérica que anualmente entrega Pepsico.
- Cachantun fue elegida como “la Marca más Saludable de Chile” según “Chile 3D, marcas y estilos de vida de los chilenos”.
- CCU fue reconocida como Mejor Gobierno Corporativo 2013 por la revista inglesa World Finance debido al alto nivel de transparencia de la organización hacia los inversionistas.
- CCU fue destacada en el ranking “Empresas más Respetadas” elaborado por La Segunda y Adimark GFK.
- CCU obtuvo el 8º lugar en estudio “Las Empresas más Admiradas de Chile” realizado por PricewaterhouseCoopers Chile y Diario Financiero.
- CCU se ubicó en el 12º lugar de las empresas con mejor reputación corporativa del país en MERCO 2013.
- CCU destacó en el “Ranking de Reputación Corporativa” realizado por el diario La Tercera y Hill & Knowlton Captiva.
- CCU recibió el premio Santander GMB como la “Empresa de Mayor Creación de Valor” en el sector Industria de Alimentos.
- CCU recibió el premio a la “Mejor Operación Financiera” entregado por el Diario Financiero por el aumento de capital realizado en 2013.
- CCU obtuvo el Primer Lugar en el Concurso Anual de Memorias organizado por el diario Estrategia y PricewaterhouseCoopers Chile.
- Cristal Cero obtuvo EFFIE de Plata en categoría Alimentos, Bebidas y Licores en los Effie Awards Chile 2013.
- Escudo Negra ganó EFFIE de Plata en categoría Extensión de Línea en los Effie Awards Chile 2013.
- Gato obtuvo EFFIE de Plata categoría Éxito Sostenido en los Effie Awards Chile 2013.
- Cristal consiguió Plata en categoría Bebidas en el XIV Festival de Publicidad ACHAP.
- Bilz y Pap destacado en el Ránking BAV 2013.
- Pisco Mistral Gran Nobel ganó medalla de Oro en el Catad’Or 2013.



Alcance del Informe y Diálogo **CON LOS GRUPOS DE INTERÉS**



cachantun

AGUA MINERAL NATURAL

*Agua mineral pura y natural
Envasada en su fuente de origen*

**LIBRE DE SODIO
CON GAS**

Contenido Neto
no Refortable

www.cachantun.cl

Acerca de este Informe

1. Parámetros 3.1 3.2 3.3 3.7 3.9 2.4

El Informe de Sustentabilidad de CCU 2013 fue confeccionado de acuerdo a los principios y estándares expresados en la versión G3.1 de la Guía Para la Elaboración de Memorias de Sustentabilidad, generada por Global Reporting Initiative (GRI).

Así, este informe se orienta a dar respuesta a las inquietudes de los grupos de interés más importantes para la Compañía, a través de la información e indicadores desarrollados en sus capítulos Dimensión Económica, Dimensión Social y Dimensión Medioambiental.

Dichos indicadores siguen las pautas de técnicas de medición entregadas por el GRI, a menos que se especifique lo contrario. También se consideran indicadores provenientes de los sistemas de monitoreo y gestión pertinentes, como:

- Para la Dimensión Medioambiental, se recurrió a los datos generados por la estrategia de Visión Medioambiental de CCU 2020 y el Proceso Directivo de Producción, Calidad y Medioambiente.
- Para la Dimensión Económica, a las cifras de la Memoria Anual CCU 2013.
- Para la Dimensión Social, a información levantada por distintos modelos de gestión de la Compañía.

Este documento, que se publica anualmente desde 2005 en el mes de abril, cubre los hechos y eventos transcurridos entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013.



PARA POSIBILITAR SU DIFUSIÓN, EL INFORME DE SUSTENTABILIDAD CCU ESTÁ DISPONIBLE EN LA PÁGINA WEB DE NUESTRA COMPAÑÍA: WWW.CCU.CL

2. Cobertura 3.6 3.8 3.11

El alcance de la información presentada en la versión 2013 del Informe de Sustentabilidad corresponde a todas las operaciones de CCU S.A. en Chile, incluyendo sus filiales y alianzas con socios estratégicos. En 2013 CCU Argentina lanzó su primer informe de sustentabilidad donde da cuenta de su desempeño en los ámbitos Económico, Social y Ambiental del año 2012.

Esto supone un cambio con respecto a los años anteriores, que daban cobertura también a las operaciones de CCU en Argentina. Para respetar el espíritu de transparencia y claridad de la información, toda vez que este cambio provoca una inconsistencia en las cifras con respecto a versiones anteriores, se hace la aclaración pertinente.

3. Cambios Significativos 3.10

Para este reporte, se realizó un completo análisis de la información reportada, con objetivo de esclarecer brechas y avanzar hacia la mejora de este proceso. Por ello, una lista de indicadores presentan cambios en relación a los informes anteriores.

A lo anterior se suma la definición de los temas materiales elevados por los públicos de interés y la propia compañía, que permitieron, por primera vez, generar una matriz de materialidad, explicada más adelante.

4. Verificación 3.13

En forma previa a la elaboración de este informe se realizó un proceso de asesoría con la consultora especializada en Responsabilidad Social, Gestión Social, quienes revisaron los Informes de Sustentabilidad de CCU con el fin de identificar oportunidades de mejora valiéndose del estándar internacional de GRI.

Este informe no cuenta con la verificación de un externo. No obstante lo anterior, los indicadores de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) Alcance 1+2, Valorización de Residuos Sólidos y Consumo de Agua para el periodo 2013 fueron sometidos a una verificación limitada e independiente realizada por Ernst&Young (EY), así como las verificaciones de los años 2012 y 2011 fueron realizadas por PricewaterhouseCoopers (PwC).

5. Participación de los Grupos de Interés 4.14 4.15 4.16

Durante el año 2011 se realizó un mapeo de los grupos de interés de CCU, en conjunto con con la consultora especializada en Responsabilidad Social, Gestión Social. Para ello, se tomaron en cuenta todas las comunas en las que la Compañía tiene presencia y/o operación, a lo largo del país.

En línea con los resultados de este trabajo, CCU desarrolla sus negocios poniendo énfasis en establecer y mantener la confianza, cercanía y respeto de sus trabajadores, clientes y consumidores, accionistas, proveedores, autoridades, líderes de opinión, medios de comunicación y comunidad en general.



Para más información,
contactar a:

Gerencia Asuntos Corporativos
Tel: (56 2) 2427 3000
Fax: (56 2) 2427 3333

Correo electrónico: cvallejo@ccu.cl

Dirección: Vitacura 2670,
Las Condes.

GRUPOS DE INTERÉS

CLIENTES

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



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CCU como líder de la industria de bebestibles está en permanente contacto con los medios escritos, audiovisuales y digitales de nuestro país, con el fin de establecer un diálogo permanente y transmitir las acciones que ejecuta CCU como compañía.

ACCIONISTAS

La Política de Comunicación y Transparencia de CCU garantiza que todos sus accionistas tengan acceso a información relevante y actualizada en forma íntegra, oportuna y veraz. Esta información les permite a ellos y a potenciales inversionistas formarse opiniones claras acerca de los negocios que conduce la Compañía.



COMUNIDAD

Buscando ser un agente activo en el bienestar de la comunidad, CCU participa y apoya programas ligados al Consumo Responsable de Alcohol, al deporte, a la cultura y al apoyo solidario, siempre focalizados en la educación.

PROVEEDORES

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



CONSUMIDORES

Parte fundamental de la Misión de CCU es gratificar responsablemente a sus consumidores. La Compañía realiza esta tarea gracias al profundo conocimiento que tiene de ellos; a la calidad de sus productos; a la innovación, que está presente en la gestión de todas las unidades de la Compañía, y a la información clara y las comunicaciones responsables hacia sus consumidores.



TRABAJADORES

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



LÍDERES DE OPINIÓN

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



AUTORIDADES

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



6. Definición de los Temas Materiales 3.5

Los contenidos de este Informe responden a los intereses prioritarios de los Grupos de Interés y de CCU. Para definirlos, se formularon diferentes instancias de consulta, incluyendo entrevistas a los gerentes de la Compañía, encuestas a clientes, entrevistas a proveedores, análisis de los estudios a consumidores, y análisis de información de prensa.

Los resultados fueron plasmados en la matriz de materialidad que en este Informe ocupamos como guía de navegación. Para ello se estableció la prioridad de cada

tema (alta, media, baja) para cada grupo y se chequeó luego la consistencia de estos datos entre públicos, con el fin de confirmar su nivel de importancia. Una vez validado con la contraparte, se consolidaron los temas y su ubicación dentro de la matriz.

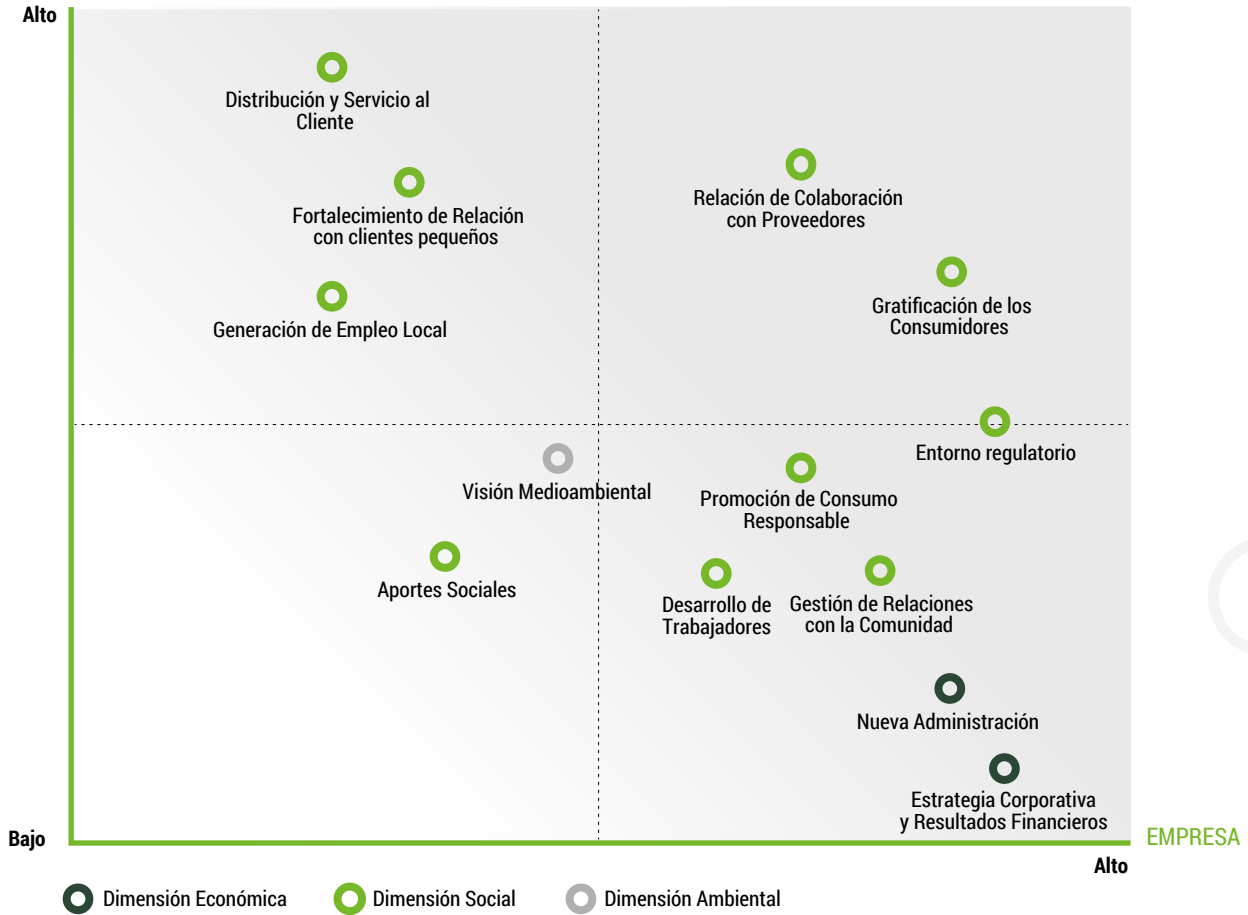
Además, de forma anterior a la consulta, se estudiaron aspectos formales internos, como la Misión, los Pilares Estratégicos y Compromisos, y las Políticas y Códigos, así como documentos externos que dan cuenta de los temas que son importantes para el rubro en términos de sustentabilidad. De esta manera se delimitó un marco temático que guió el proceso de consulta y fue una referencia a la hora de evaluar sus resultados.



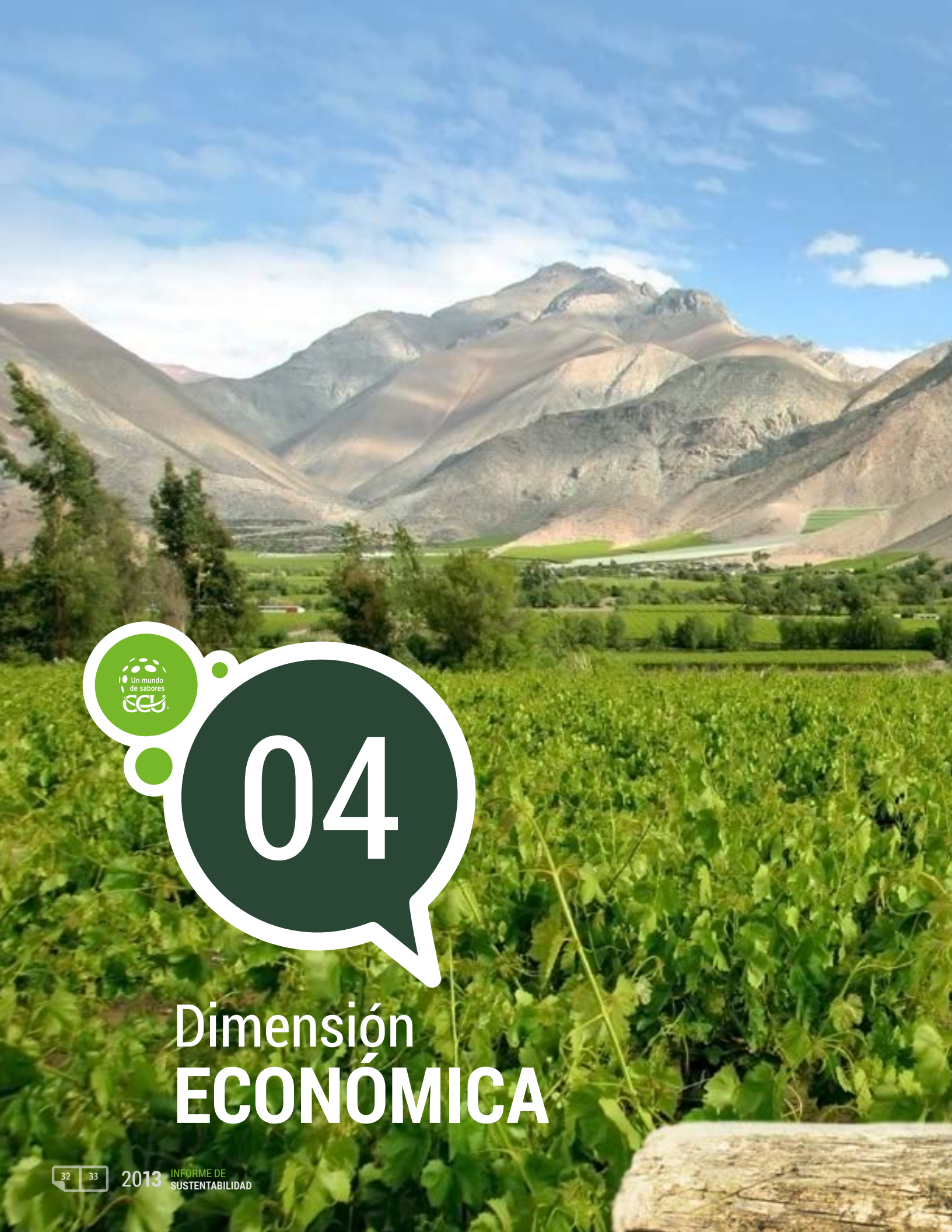
7. Matriz de Materialidad 4.17

El eje horizontal indica los intereses de la empresa (E) y el eje vertical, los de los Grupos de Interés (GI). En ambos casos, mientras más nos alejamos del origen, mayor importancia tienen los temas, lo que está señalado con las etiquetas “Bajo” y “Alto”.⁽¹⁾

GRUPOS DE INTERÉS



(1) De esta manera se forman cuatro cuadrantes: a) baja importancia para E - baja importancia para GI, b) alta importancia para E - baja importancia para GI, c) baja importancia para E - alta importancia para GI, y d) alta importancia para E - alta importancia para GI. Los temas de mediana importancia se encuentran cerca de las líneas de corte de los cuadrantes.



Dimensión **ECONÓMICA**



Mistral

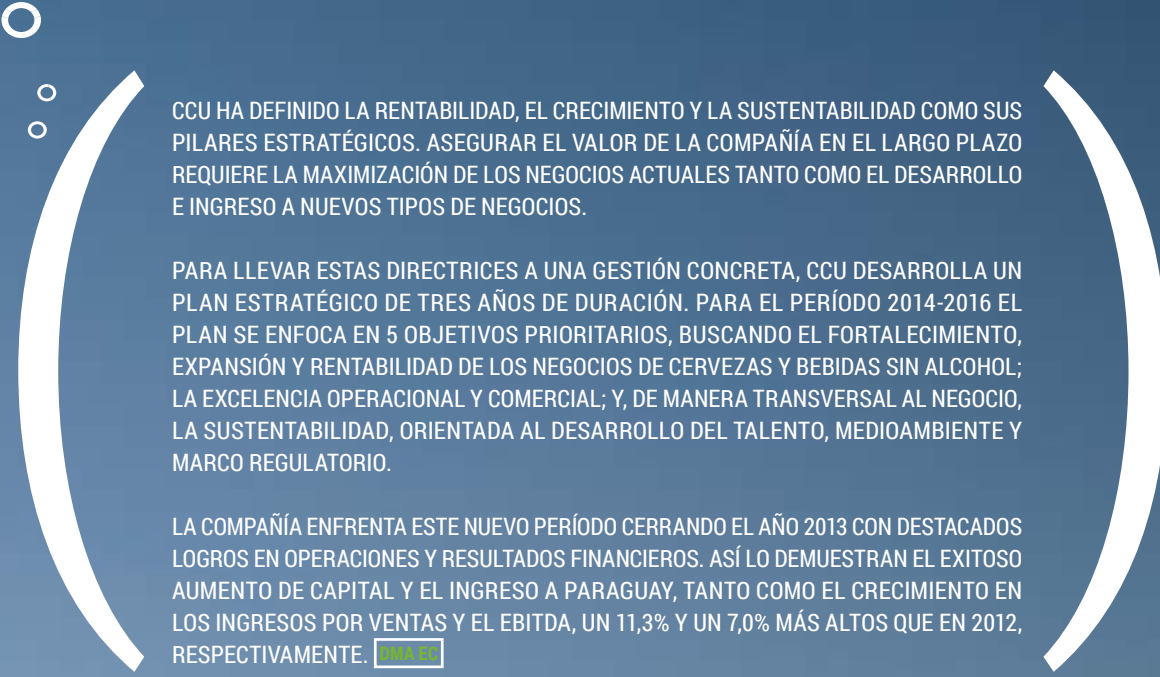
PISCO
Mistral[®]
AÑEJADO EN ROBLE



35° G.L.
PRODUCTO CHILENO

PISCO

750 C.C.
CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN



CCU HA DEFINIDO LA RENTABILIDAD, EL CRECIMIENTO Y LA SUSTENTABILIDAD COMO SUS PILARES ESTRATÉGICOS. ASEGURAR EL VALOR DE LA COMPAÑÍA EN EL LARGO PLAZO REQUIERE LA MAXIMIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS ACTUALES TANTO COMO EL DESARROLLO E INGRESO A NUEVOS TIPOS DE NEGOCIOS.

PARA LLEVAR ESTAS DIRECTRICES A UNA GESTIÓN CONCRETA, CCU DESARROLLA UN PLAN ESTRATÉGICO DE TRES AÑOS DE DURACIÓN. PARA EL PERÍODO 2014-2016 EL PLAN SE ENFOCA EN 5 OBJETIVOS PRIORITARIOS, BUSCANDO EL FORTALECIMIENTO, EXPANSIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS NEGOCIOS DE CERVEZAS Y BEBIDAS SIN ALCOHOL; LA EXCELENCIA OPERACIONAL Y COMERCIAL; Y, DE MANERA TRANSVERSAL AL NEGOCIO, LA SUSTENTABILIDAD, ORIENTADA AL DESARROLLO DEL TALENTO, MEDIOAMBIENTE Y MARCO REGULATORIO.

LA COMPAÑÍA ENFRENTA ESTE NUEVO PERÍODO CERRANDO EL AÑO 2013 CON DESTACADOS LOGROS EN OPERACIONES Y RESULTADOS FINANCIEROS. ASÍ LO DEMUESTRAN EL EXITOSO AUMENTO DE CAPITAL Y EL INGRESO A PARAGUAY, TANTO COMO EL CRECIMIENTO EN LOS INGRESOS POR VENTAS Y EL EBITDA, UN 11,3% Y UN 7,0% MÁS ALTOS QUE EN 2012, RESPECTIVAMENTE. [DMA EC](#)



SI BIEN LA COBERTURA DE ESTE INFORME SE REFIERE A LAS OPERACIONES DE CCU EN CHILE, ES IMPORTANTE DESTACAR LOS RESULTADOS ECONÓMICOS 2013 A NIVEL REGIONAL. ES POR ESTO QUE LAS PRINCIPALES CIFRAS QUE SE ABORDAN EN ESTE CAPÍTULO CORRESPONDEN A LAS OPERACIONES DE CHILE, VINOS Y RÍO DE LA PLATA.

1. Hitos 2013 2.9

Para CCU, 2013 fue un año desafiante, con grandes oportunidades de expansión en sus operaciones actuales y nuevos negocios en Latinoamérica. En este escenario, la experiencia, credibilidad y planificación de la Compañía fueron claves, al respaldar sólidamente las operaciones que marcaron el año.

Entre los meses de junio y noviembre se llevó a cabo un importante aumento de capital, que demostró la confianza depositada por el mercado y los inversionistas en la Compañía.

TRAS LA APROBACIÓN DE LA JUNTA EXTRAORDINARIA DE ACCIONISTAS DEL 18 DE JUNIO, CCU COLOCÓ EN LA BOLSA DE SANTIAGO Y EN EL NEW YORK STOCK EXCHANGE, UN TOTAL DE 51.000.000 NUEVAS ACCIONES DE PAGO, CON LAS CUALES RECAUDÓ UN TOTAL DE \$331.719 MILLONES.

La operación concluyó exitosamente el 8 de noviembre, habiendo alcanzado una suscripción del 100% del total de la emisión.

Los recursos obtenidos serán fundamentales para el financiamiento de los objetivos proyectados por el Plan Estratégico 2014-2016 de CCU, que contempla el crecimiento orgánico e inorgánico de la Compañía en Chile y la región⁽¹⁾.

Paralelamente, en octubre de 2013, la filial ECCUSA ejecutó una serie de contratos y convenios con PepsiCo Inc., los cuales permitieron a la Compañía ampliar la alianza actual en torno a la producción de bebidas no alcohólicas y sellar la extensión de la duración del contrato a largo plazo.

Poco antes de concluir el año, en diciembre, la Compañía informó de su ingreso a Paraguay, un mercado que durante los últimos años ha experimentado un sostenido crecimiento en la industria de bebestibles. Con esta operación, CCU alcanza presencia en cuatro países de la región: Chile, Argentina, Uruguay y Paraguay, estos dos últimos como parte de la estrategia de internacionalización del Plan Estratégico 2011-2013.

La Compañía adquirió un 50,005% de Bebidas del Paraguay S.A., empresa que, al igual que CCU, produce y comercializa un amplio portafolio de bebidas con y sin alcohol, tales como gaseosas, jugos, agua, cerveza y caña bajo diversas marcas, tanto propias como licenciadas e importadas. El acuerdo incluyó además la adquisición de un 49,995% de Distribuidora del Paraguay S.A., sociedad a cargo de la distribución de los productos.

La consolidación en el mercado paraguayo se materializará a través de una inyección de capital en ambas empresas, con el objetivo de aumentar y expandir sus negocios.

2. Desempeño Financiero

Los Ingresos por Ventas de CCU fueron:



Para este resultado se combinaron dos factores: un incremento de 10,1% en los volúmenes consolidados y un aumento en el precio promedio de 1,1%.

Todos los segmentos de negocio contribuyeron a este crecimiento total de Ingresos por Ventas. Chile, con cifras un 13,1% más altas que en 2012; Río de la Plata⁽²⁾, que expandió sus ventas en un 11,3%; y el segmento Vinos, con un aumento del 1,8%.

(1) El crecimiento orgánico es aquel que se genera dentro de la misma empresa, y utiliza para ello el diseño y desarrollo de nuevos y actuales canales de comercialización y categorías de producto. El crecimiento inorgánico, es aquel que se logra principalmente por medio de la adquisición de otras empresas.

(2) Si bien el alcance de este reporte se limita a las operaciones en Chile, es importante mencionar el crecimiento que tuvo CCU a nivel regional. El segmento "Río de la Plata" incluye a CCU Argentina, Uruguay y, desde diciembre de 2013, a Paraguay.



En términos orgánicos, los Ingresos por Ventas aumentaron 9,9%, como resultado de un alza de 5,0% en los volúmenes y de 4,7% en los precios promedio, en comparación a 2012. El segmento de negocios Chile contribuyó con un crecimiento del 11,7%, mientras que Río de la Plata lo hizo con un incremento de 9,2%.

Con estas cifras, el Estado de Resultados Consolidado presentó un crecimiento del Margen Bruto de 13,4%, alcanzando un total de \$660.530 millones.

El Resultado Operacional (o EBIT por sus siglas en inglés) normalizado aumentó 5,6% alcanzando a \$191.255 millones. El EBITDA normalizado, de \$255.502 millones, representó un incremento del 8,3% respecto de 2012, donde el margen EBITDA normalizado disminuyó de 21,9% a 21,3 % en 2013.

Por último, las utilidades atribuibles a los propietarios de la sociedad controladora, crecieron un 7,5%, alcanzando

\$123.036 millones en 2013. Esto se explica por un mayor EBIT y menores impuestos a las ganancias, en parte compensados por una mayor pérdida del resultado no operacional.

La Compañía da a conocer públicamente sus resultados de manera trimestral. Además publica su Memoria Anual CCU y el 20-F, con información específica para inversionistas y público en general.



Estados de Resultados Consolidados Resumido 2013 (MM\$)

	2012	2013	Variación % 2012-2013
Volumen (miles de hectolitros)	19.909	21.914	10,1
Ingresos por Ventas	1.075.690	1.197.227	11,3
EBIT	181.188	188.266	3,9
Margen EBIT (%)	16,8	15,7	
EBIT normalizado	181.188	191.255	5,6
Margen EBIT normalizado (%)	16,8	16,0	
EBITDA	235.948	252.512	7,0
Margen EBITDA (%)	21,9	21,1	
EBITDA normalizado	235.948	255.502	8,3
Margen EBITDA normalizado (%)	21,9	21,3	
Utilidad	114.433	123.036	7,5

3. Plan Estratégico 2014 - 2016

CCU puso en marcha el nuevo Plan Estratégico (PE), una herramienta clave que orienta la operación de la Compañía en Chile, Argentina, Uruguay y Paraguay, fijando los objetivos y metas para el periodo 2014-2016. El PE contiene las directrices fundamentales para todos los negocios y categorías en las que participa, además de reflejar la ambición de expandir decididamente el negocio en la región. También, cada unidad que integra la Compañía encuentra en él una planificación específica para su desarrollo.

El PE 2014-2016 cuenta con 5 Objetivos Estratégicos de los cuales se desprenden las prioridades anuales que mantienen a la organización alineada y con foco en el desarrollo de las tareas. De esta manera se construye una visión compartida de largo plazo.

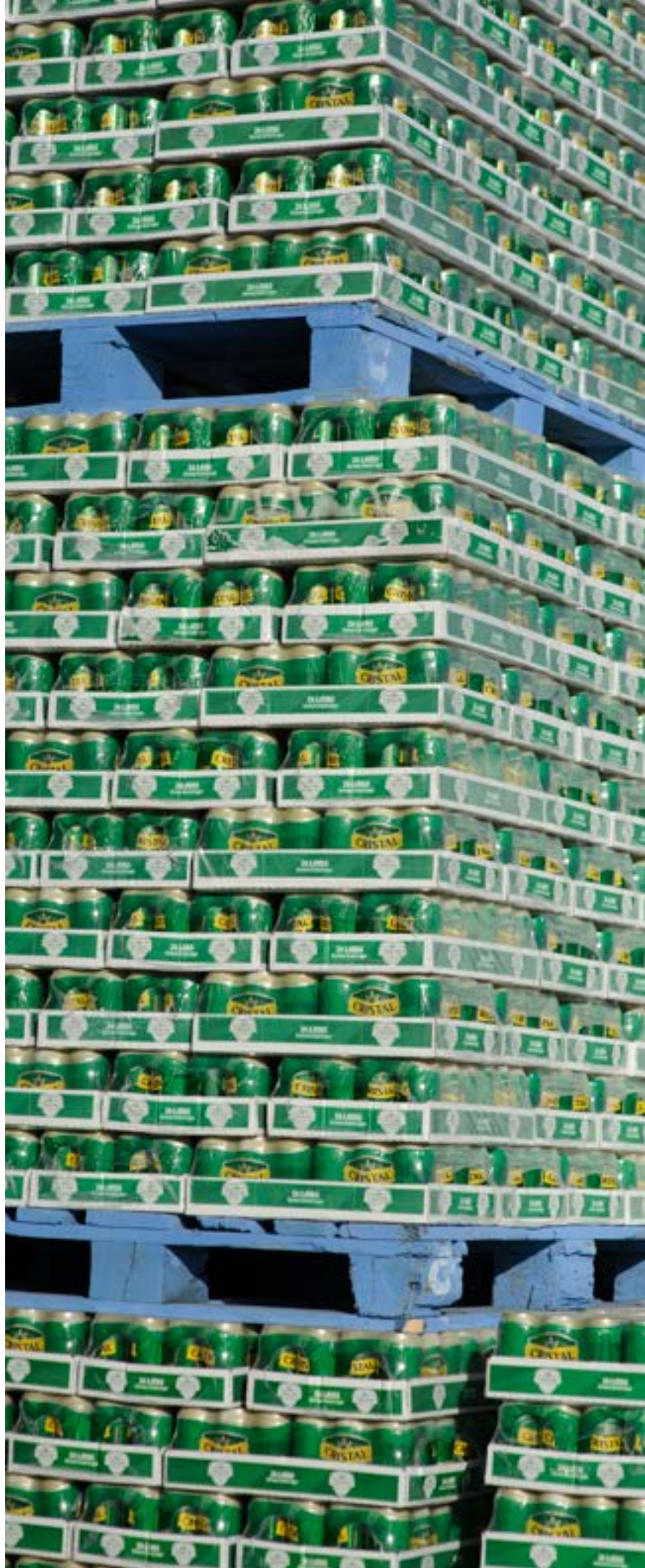
1. **Fortaleza y Balance Competitivo en Cervezas**, donde se busca potenciar la operación cervecera en la región, con el fin de crear y mantener una posición competitiva balanceada, rentable y sustentable.
2. **Crecimiento Regional en Bebidas sin Alcohol**, a través del cual se persigue el fortalecimiento de la posición de CCU en productos sin alcohol, aportando a la construcción de un balance competitivo en la región.
3. **Seguir creciendo en Multicategoría para Mejorar la Rentabilidad y Potenciar los Negocios de Cervezas y Bebidas sin Alcohol**. Con ello se apunta la expansión del portafolio multicategoría en la región, con énfasis en operaciones que permitan la construcción de una escala relevante y la captura de sinergias de cara al fortalecimiento del negocio cervecero y de bebidas sin alcohol.
4. **Seguir avanzando en Excelencia Comercial y Operacional**, a través del perfeccionamiento de las herramientas organizacionales en estas dos dimensiones, con lo cual se busca robustecer la Cultura de Mercado.

5. **Lograr Sustentabilidad** en el largo plazo, entendida en tres dimensiones:

Talento: se busca que los colaboradores se desenvuelvan en un ambiente de alta satisfacción y sentido de pertenencia, potenciando el desarrollo de sus capacidades y su carrera.

Medioambiente: seguir avanzando hacia la Visión 2020 en el conjunto de las operaciones de CCU, sobre el control de la huella de carbono, el consumo de agua y la valorización de los residuos industriales.

Marco Regulatorio: contribuir a la generación de un marco regulatorio que permita un balance virtuoso entre el sano desarrollo de las categorías de negocios y el consumo responsable de los productos asociados a ellas.





4. Participación de Mercado 2.7

En el territorio nacional, CCU participa de los negocios de cerveza, vino, bebidas gaseosas, aguas embotelladas, néctares, licores, confites y el negocio Home and Office Delivery (HOD). Además, está presente internacionalmente a través de las exportaciones de vino de su filial Grupo San Pedro Tarapacá.

Durante 2013, la Compañía aumentó su participación en los negocios de néctares, gaseosas, ron y vino doméstico,

y mantuvo su posición de liderazgo en la categoría de cervezas, aunque experimentando una leve baja.

En los negocios de aguas embotelladas y pisco siguió encabezando el mercado, con más del 50% de participación, mientras en vino de exportación envasado mantuvo su cuota.

Participación de mercado	2012	2013
Cervezas ⁽¹⁾	78,8%	77,5%
Gaseosas ⁽²⁾	25,2%	27,5%
Aguas Embotelladas ⁽²⁾	52,0%	51,6%
Néctares ⁽³⁾	53,1%	57,7%
Vino Doméstico ⁽²⁾	26,7%	27,3%
Vino Exportación Envasado ⁽⁴⁾	13,1%	13,1%
Pisco ⁽¹⁾	55,7%	55,8%
Ron ⁽¹⁾	20,6%	21,9%

(1) Fuente: Nielsen y ajuste información interna CCU.

(2) Fuente: Nielsen.

(3) Fuente: Nielsen. La cifra representa la participación de CCU solo en el negocio de néctares embotellados.

(4) Fuente: Asociación Viñas de Chile.

5. Aportes Financieros Recibidos del Gobierno EC4

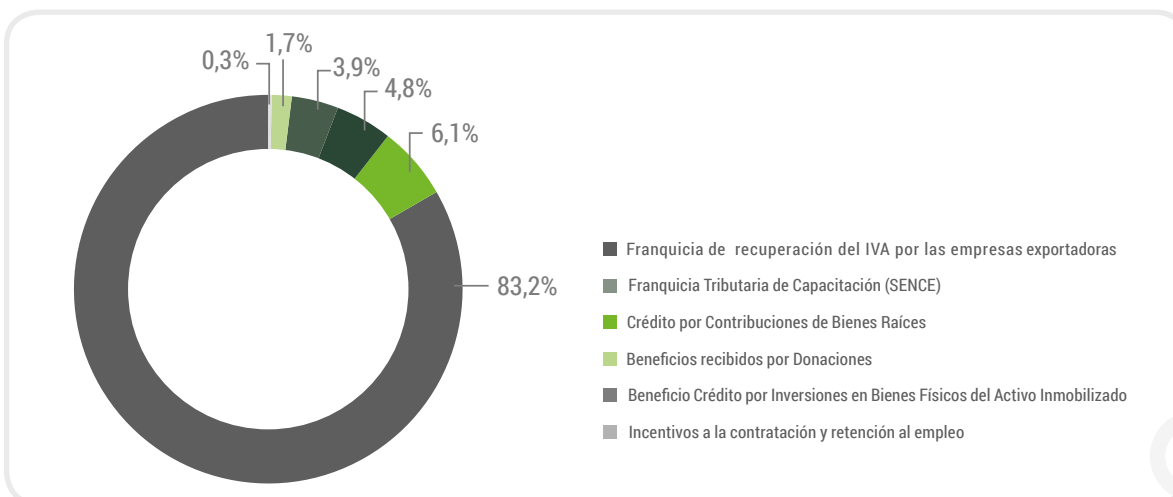
Con el fin de incentivar la exportación en Chile, las empresas con actividad exportadora gozan de franquicias tributarias respecto de las ventas que realicen al exterior y de la compra de insumos que requieran para llevar a cabo estas operaciones.

Por este concepto, CCU percibió el año 2013 \$9.080 millones, siendo el principal aporte financiero realizado por

el Estado chileno a la Compañía. El segundo más importante corresponde a los fondos obtenidos por Código SENCE, destinados a la capacitación y el desarrollo laboral de los trabajadores.

En total, por medio de diversas fuentes públicas, CCU recibió el año 2013 un total de \$10.918 millones.

Aportes Financieros Recibidos 2013 (%)





Dimensión **SOCIAL**



CCU HA DEFINIDO COMO GRUPOS DE INTERÉS RELEVANTES A SUS TRABAJADORES, CLIENTES, CONSUMIDORES, COMUNIDAD Y PROVEEDORES. CADA UNO DE ELLOS ES UNA PARTE FUNDAMENTAL EN LA CADENA DE VALOR DE LA COMPAÑÍA. DE LA MISMA FORMA, LOS PILARES ESTRATÉGICOS DE RENTABILIDAD, CRECIMIENTO Y SUSTENTABILIDAD, DESCANSAN EN LA CONFIANZA Y COLABORACIÓN ENTRE CCU Y SUS GRUPOS DE INTERÉS.

CON ESTA MIRADA CCU AVANZA EN LA CONSTRUCCIÓN DE RELACIONES ABIERTAS Y EFECTIVAS EN TODOS LUGARES EN LOS QUE OPERA, A TRAVÉS DE OPORTUNIDADES DE DESARROLLO PARA SUS TRABAJADORES; INICIATIVAS PARA EL CRECIMIENTO DE SUS CLIENTES; INSTANCIAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA PARA SUS CONSUMIDORES; PROGRAMAS DE APOYO CON LA COMUNIDAD; INCENTIVO AL ARTE Y LA CULTURA; Y COMPROMISO CON SUS PROVEEDORES.

EN EL PERÍODO 2013, ESTA VISIÓN INVOLUCRÓ DIRECTAMENTE A MILES DE PERSONAS, EN LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CLIENTES "NEGOCIO REDONDO", EDUCACIÓN EN EL CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL "EDUCAR EN FAMILIA", INCENTIVO POR EL BUEN DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS HIJOS DE COLABORADORES "CCU TE APOYA" Y VOLUNTARIADO CORPORATIVO "CON COMPROMISO UNIDOS". EL TRABAJO FOCALIZADO EN LA EXCELENCIA DE LA OPERACIÓN Y LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS, POR SU PARTE, BUSCA GRATIFICAR DE FORMA RESPONSABLE A TODOS SUS CONSUMIDORES.

LA META PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS ES CONTINUAR ACRECENTANDO LA CERCANÍA DE CCU CON SUS PÚBLICOS DE INTERÉS, ENFOCANDO SUS ACCIONES EN FORTALECER UN DIÁLOGO DIRECTO, QUE PERMITA SEGUIR MEJORANDO LAS RELACIONES MUTUAS, ESPECIALMENTE EN TEMAS DE COMUNIDAD, TRABAJADORES, INOCUIDAD Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS, Y RESPETO TRANSVERSAL A LOS DERECHOS HUMANOS.

DMA SO **DMA HR** **DMA PR** **DMA LA**



1. CCU y sus Trabajadores

Dotación CCU LA1 LA13

Los colaboradores de CCU son el motor de la Compañía, y constituyen una fuerza indispensable para mantener y fortalecer su liderazgo en el mercado. Más de cinco mil setecientas personas se encargan de movilizar las distintas Unidades de CCU en Chile, demostrando día a día su compromiso con el trabajo bien hecho y la sustentabilidad.

En 2013, la dotación creció 6% a nivel de Compañía. La participación total de las mujeres también se elevó, llegando a 14%. Entre las empresas, Cervecera CCU Chile tuvo el mayor aumento de personal, 14%, mientras que en Compañía Cervecerías Unidas la fuerza laboral femenina alcanzó el 38%, el porcentaje más alto de CCU.

Por su parte, Transportes CCU y Embotelladoras Chilenas Unidas son las empresas que más concentran trabajadores, con un 23% y 20% respectivamente. Todos los colaboradores tienen jornada completa, y 93% de ellos cuenta con contrato indefinido.

Trabajadores por Sexo

	2012			2013		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Nº	697	4.754	5.451	791	4.993	5.784
%	13%	87%	100%	14%	86%	100%

Trabajadores por tipo de contrato

Tipo de contrato	2012			2013		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Contrato indefinido	666	4.351	5.017	767	4.593	5.360
Contrato a plazo fijo	31	403	434	24	400	424
TOTAL	697	4.754	5.451	791	4.993	5.784

Trabajadores por Unidad

Unidad ⁽¹⁾	2012			2013		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
CCU S.A. ⁽²⁾	156	266	422	168	274	442
Cervecera CCU Chile	69	560	629	70	645	715
ECCUSA ⁽³⁾	78	1.073	1.151	87	1.084	1.171
Grupo San Pedro Tarapacá ⁽⁴⁾	263	816	1.079	316	806	1.122
Compañía Pisquera de Chile	35	242	277	39	253	292
PLASCO	3	168	171	4	168	172
Transportes CCU	54	1.161	1.215	64	1.261	1.325
Comercial CCU	24	412	436	27	438	465
Compañía Cervecera Kunstmann	15	56	71	15	62	77
CRECCU	0	0	0	1	2	3
TOTAL	697	4.754	5.451	791	4.993	5.784

(1) No se considera el resultado de FOODS Alimentos CCU.

(2) CCU S.A. corresponde a colaboradores que trabajan en las Unidades de Apoyo Corporativo.

(3) Incluye Vending y Aguas CCU-Nestlé.

(4) Incluye Viña San Pedro Tarapacá, Viña Valles de Chile, Vitivinícola del Maipo, Viña Mar, Viña Misiones de Rengo.



Comité de Gerentes

Otro indicador importante corresponde a la composición del Comité de Gerentes. Está integrado por 84 personas, 8 de las cuales son mujeres (10%). Además, el 63% corresponde a personas entre 30 y 50 años.

Rotación CCU LA2

La rotación general de la Compañía se sitúa en el 14%, tres puntos porcentuales más arriba que en 2012. La rotación se concentra principalmente en el grupo de los hombres (12%) y de los trabajadores entre 30 y 50 años (8%).

Entre las empresas, el Grupo San Pedro Tarapacá tiene la mayor participación en la rotación (4%), lo que puede asociarse con los ciclos laborales del agro y en especial de la industria vitivinícola.

Distribución de la rotación por sexo y edad⁽¹⁾

		2012		2013	
		Nº	%	Nº	%
Sexo	Hombre	449	9%	625	12%
	Mujer	98	2%	122	2%
Edad	Menor de 30	173	3%	276	5%
	Entre 30 y 50	308	6%	409	8%
	Más de 50	66	1%	62	1%
TOTAL		547	11%	747	14%

(1) El porcentaje corresponde a trabajadores retirados respecto del total de trabajadores de la Compañía.

Distribución de la rotación por Unidad

Unidad ⁽¹⁾	2012		2013	
	Nº	%	Nº	%
CCU S.A.	53	1%	57	1%
Cervecera CCU Chile	53	1%	89	2%
ECCUSA	73	1%	113	2%
Grupo San Pedro Tarapacá	215	4%	212	4%
Compañía Písquera de Chile	39	1%	47	1%
PLASCO	8	0%	17	0%
Transportes CCU	68	1%	141	3%
Comercial CCU	28	1%	59	1%
Compañía Cervecera Kunstmann	10	0%	12	0%
CRECCU	0	0%	0	0%
TOTAL	547	11%	747	14%

(1) No se considera el resultado de FOODS Alimentos CCU.

Beneficios para los trabajadores LA3 LA15

La Compañía ha creado una variedad de beneficios para apoyar a los trabajadores y a sus familias en las distintas etapas en que se encuentren. Más del 50% de los trabajadores de CCU obtiene asignaciones, bonos y aguinaldos cada año, los que cubren temas relacionados a salud, educación de los hijos y recreación.

Beneficios otorgados a los trabajadores 2013

Beneficio	Descripción	Nº Beneficiados	% Beneficiados
Servicio de Bienestar/ Seguro de Salud	Monto pagado a los Servicios de Bienestar o Prima de Seguro de Salud por cada trabajador.	2.616	49%
Asignación de Escolaridad	Monto otorgado al trabajador que acredite hijos cursando algún nivel de escolaridad.	4.069	76%
Bono Feriados	Dinero otorgado al trabajador que hace uso de a lo menos 10 días de vacaciones.	4.069	76%
Aguinaldo Fiestas Patrias y Navidad	Beneficio en dinero durante las Fiestas Patrias y Navidad.	4.069	76%
Bono Movilización	Dinero asignado al trabajador por traslado al lugar de trabajo.	4.069	76%
Vestuario de Trabajo	Vestuario otorgado según la naturaleza de las labores.	4.069	76%
Bonos Matrimonio (dinero y días de vacaciones)	Cantidad de dinero otorgada al trabajador con motivo de su matrimonio.	4.069	76%
Gastos de Fallecimiento familiar directo	Dinero otorgado al trabajador con motivo del fallecimiento del algún familiar directo.	4.069	76%
Asignación de Natalidad	Dinero otorgado al trabajador con motivo del nacimiento de un hijo.	4.069	76%
Seguro de Vida	Prima pagada por la empresa a las compañías de seguros por cada trabajador.	4.287	80%
Sistema de Incentivos (bonos)	Dinero pagado a los trabajadores, en función de la productividad y estándares de rendimiento de la Compañía.	4.558	85%
Transporte de Acercamiento Turnos Nocturnos	Acercamiento del trabajador al lugar de trabajo en horarios con poca movilización pública.	5.269	98%
Fiesta de Navidad Familiar	Beneficio de esparcimiento para el trabajador y su familia, con motivo de la Navidad.	5.360	100%
Regalo de Navidad a hijos de funcionarios	Regalo de la Compañía a los hijos menores de 12 años.	5.360	100%
Regalo de Canasta Familiar	Beneficio que busca compensar los gastos efectuados durante las Fiestas Navideñas.	5.360	100%

Permiso de natalidad

La legislación vigente en Chile garantiza el derecho al permiso parental para hombres y mujeres, así mismo la ley prohíbe el despido hasta un año después del término del permiso post-natal.

En 2012, de las 116 personas que se tomaron el permiso parental (pre y post natal), 113 regresaron a la empresa. En 2013, con un total de 127 personas que hicieron uso de su permiso, 124 volvieron a sus puestos de trabajo.

Para contabilizar a quienes no volvieron después del permiso post-natal, se consideró a aquellos trabajadores que renunciaron antes de 60 días luego de la reincorporación a sus labores.

Relación con los Trabajadores LA4 HR5 FP3

CCU garantiza la completa libertad de asociación para sus trabajadores. La Compañía está convencida que la formación y el desarrollo de sindicatos favorece el diálogo oportuno, directo y respetuoso, necesario para lograr acuerdos beneficiosos para las partes. Bajo esta visión se desarrollan los procesos de negociación colectiva.



Los beneficios negociados en los contratos colectivos se hacen extensivos también a un porcentaje del personal no sindicalizado, que sumados con los sindicalizados representan en total un 69% de la dotación.

Trabajadores cubiertos por un contrato colectivo

Unidad ⁽¹⁾	2012		2013	
	Nº	% respecto del total de la dotación	Nº	% respecto del total de la dotación
CCU S.A. ⁽²⁾	49	1%	55	1%
Cervecera CCU Chile	422	8%	485	9%
ECCUSA ⁽³⁾	881	18%	882	16%
Grupo San Pedro Tarapacá ⁽⁴⁾	668	13%	725	14%
Compañía Pisquera de Chile	161	3%	162	3%
PLASCO	130	3%	127	2%
Transportes CCU	850	17%	932	17%
Comercial CCU	312	6%	309	6%
Compañía Cervecera Kunstmann	42	1%	43	1%
Total	3.515	70%	3.720	69%

(1) No se considera el resultado de FOODS Alimentos CCU.

(2) CCU S.A. corresponde a colaboradores que trabajan en las Unidades de Apoyo Corporativo.

(3) Incluye Vending y Aguas CCU-Nestlé.

(4) Incluye Viña San Pedro Tarapacá, Viña Valles de Chile, Vitivinícola del Maipo, Viña Mar, Viña Misiones de Rengo.

En el año 2013, al igual que en 2012, no se registraron horas de trabajo perdidas debido a conflictos en la industria, huelgas o tomas de instalaciones.

Ambiente de trabajo respetuoso

Todos los años, CCU realiza su Encuesta de Clima Organizacional, en la que desde 2002 participa el 100% del personal. Esto permite a la Compañía monitorear y administrar el clima interno en las distintas unidades, el cual constituye un indicador de sustentabilidad para CCU.

Entre octubre y noviembre, los resultados de la encuesta son presentados al Gerente General, al Comité de Dirección y al Comité de Gerentes. En diciembre se informa al 100% de los trabajadores mediante la entrega de un informativo con los resultados de su respectiva Unidad. Durante este mismo mes se comienza a trabajar en los planes de acción.

En 2013, el resultado consolidado de la Compañía alcanzó el 77%, números que alientan a las Unidades a seguir trabajando en este sentido. En sus respuestas, los trabajadores destacan el orgullo de trabajar en CCU, la concordancia entre los objetivos de la empresa y las labores que realizan, y la preocupación por un trabajo bien hecho.

Resultados de la Encuesta de Clima Organizacional 2013

Unidad	2013
CCU S.A.	84%
Cervecera CCU Chile	78%
Embotelladoras Chilenas Unidas	77%
Compañía Pisquera de Chile	73%
Grupo San Pedro Tarapacá	73%
Aguas CCU-Nestlé	66%
Compañía Cervecera Kunstmann	68%
Comercial CCU	83%
CreCCU	81%
PLASCO	74%
Transportes CCU	77%
Consolidado	77%

Resultados Encuesta Clima Organizacional según preguntas	2013
Sé lo que se espera de mi trabajo	85%
Dispongo de los recursos necesarios para hacer mi trabajo	73%
Puedo utilizar mis capacidades, habilidades y conocimientos en mi trabajo	83%
Se reconoce mi buen trabajo	66%
Se entregan posibilidades de desarrollo acordes a las oportunidades que se generan	62%
Mi trabajo tiene relación con los objetivos de mi Empresa	90%
Existe en mi departamento o sección preocupación por realizar un trabajo bien hecho	84%
Soy informado periódicamente acerca de la marcha de mi Unidad y de la Empresa	71%
En mi departamento o sección se toma en cuenta el interés de los demás	68%
Los medios de comunicación internos de la empresa que se utilizan son adecuados para mantenernos informados	71%
Las condiciones de seguridad al interior de la compañía son las adecuadas	76%
Me siento orgulloso de trabajar en CCU	85%
En mi departamento o sección se trabaja en equipo	78%
Estoy satisfecho con mi Empresa	80%
Consolidado	77%



CCU reconoce y premia a sus Fuerzas de Venta

A comienzos de septiembre se realizó la VIII versión de la Convención "Punto Máximo, Pasión CCU", la cual fue encabezada por el Presidente de CCU, Andrónico Luksic y el Gerente General, Patricio Jottar. Ésta fue una instancia para reconocer el trabajo bien hecho de las Fuerzas de Venta de la Compañía, compartir los logros, conocer los planes diseñados para nuestras marcas de cara a una nueva temporada y por supuesto, destacar el trabajo que hacen los integrantes de CCU.

Este evento puso fin al segundo ciclo de convenciones realizadas entre 2008 a 2013. A partir de 2014 comienza un tercer período de Convenciones Punto Máximo CCU que abarca el período 2014-2020, cuya frecuencia será de 3 años, con el fin de alinear estos encuentros con el término de cada ciclo del Plan Estratégico de la Compañía.

A la convención 2013 asistieron 1.500 personas quienes participaron de la ronda de presentaciones, donde cada Unidad de Negocio expuso los planes y principales campañas para sus marcas durante la temporada 2013-2014. También se premió a los mejores vendedores de cada UEN durante 2013.

- Investigar las causas de los accidentes del trabajo y enfermedades profesionales que se produzcan en la empresa.
- Decidir si el accidente o la enfermedad profesional se debió a negligencia inexcusable del trabajador o no.

Comités Paritarios de Higiene y Seguridad 2013

Unidad	Nº Trabajadores representados en el Comité	% de Colaboradores representados en el Comité	Nº de Trabajadores directivos
CCU S.A. ⁽¹⁾	353	6%	6
Cervecera CCU Chile	622	11%	18
ECCUSA ⁽²⁾	867	15%	12
Grupo San Pedro Tarapacá ⁽³⁾	1.536	27%	54
Compañía Pisquera de Chile	133	2%	12
PLASCO	164	3%	6
Transportes CCU	1.266	22%	102
Comercial CCU	435	8%	6
Compañía Cervecera Kunstmann	77	1%	6
TOTAL	5.453	94%	222

Salud y prevención de riesgos LA6 LA7 LA8 LA9

Por disposición legal, las empresas que cuentan con más de 25 trabajadores deben mantener Comités Paritarios de Higiene y Seguridad. CCU cuenta con 37 comités, compuestos cada uno por 3 representantes de los trabajadores y 3 representantes de la empresa.

Las principales funciones de los comités son:

- Instruir a los trabajadores para la correcta utilización de los instrumentos de protección.
- Indicar la adopción de todas las medidas de higiene y seguridad que sirvan para la prevención de los riesgos profesionales, y vigilar su cumplimiento.

(1) CCU S.A. corresponde a colaboradores que trabajan en las Unidades de Apoyo Corporativo.

(2) Incluye Vending y Aguas CCU-Nestlé.

(3) Incluye Viña San Pedro Tarapacá, Viña Valles de Chile, Vitivinícola del Maipo, Viña Mar y Viña Misiones de Rengo.

Los asuntos de salud y seguridad laboral no están contemplados en los contratos colectivos, ya que estos aspectos se encuentran regulados legalmente. No obstante, CCU mantiene, en los centros de trabajo más relevantes, policlínicos de atención de primeros auxilios y atención médica general.

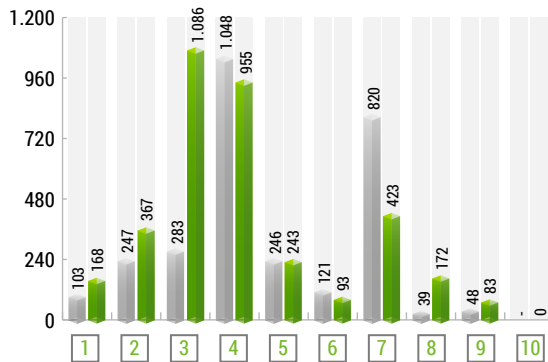
Cifras de accidentabilidad

La Compañía instruye a sus trabajadores en la prevención de riesgos y salud ocupacional por medio de diferentes iniciativas. El objetivo general de estos programas es modificar conductas en las personas para disminuir el número de accidentes y generar un entorno de trabajo más seguro en las instalaciones.

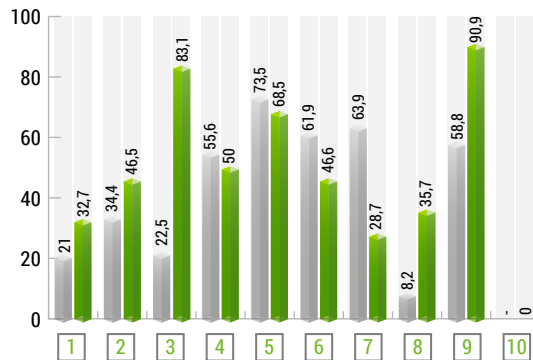
Entre 2012 y 2013 se registró un aumento notorio en la tasa de días perdidos, especialmente en las mujeres. La tendencia al alza se repitió en las tasas de absentismo y accidentes, aunque de forma más leve. Destaca en el año 2013 la ausencia de enfermedades profesionales.

Cifras de Accidentabilidad por Unidad

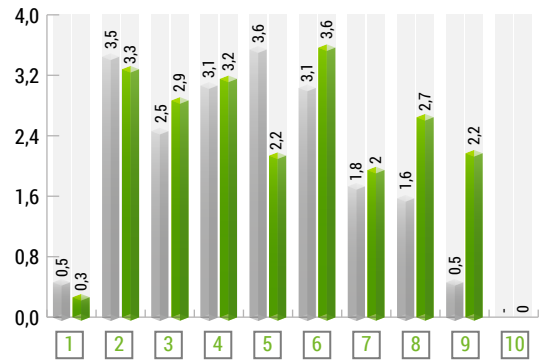
DÍAS PERDIDOS



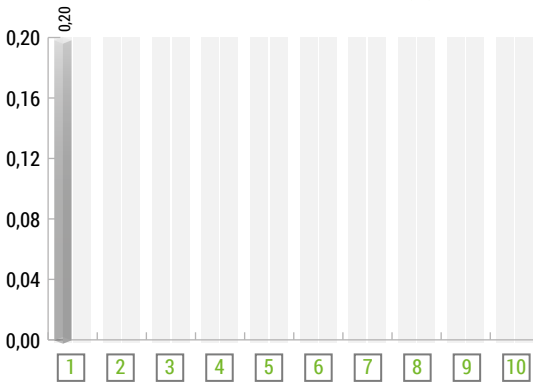
TASA DE DÍAS PERDIDOS (%)



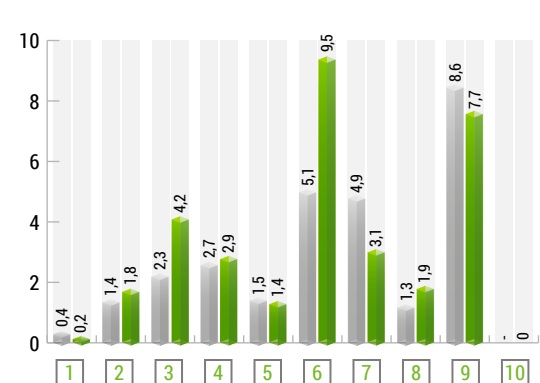
TASA DE ABSENTISMO (%)



TASA DE ENFERMEDADES PROFESIONALES (%)



TASA DE ACCIDENTES (%)



(1) CCU S.A. corresponde a colaboradores que trabajan en las Unidades de Apoyo Corporativo.

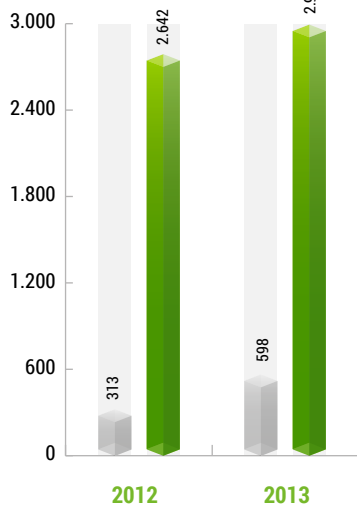
(2) Incluye Vending y Aguas CCU-Nestlé.

(3) Incluye Viña San Pedro Tarapacá, Viña Valles de Chile, Vitivinícola del Maipo, Viña Mar, Viña Misiones de Rengo.

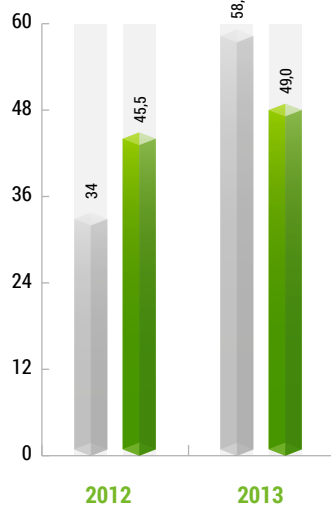


Cifras de accidentabilidad por sexo

DÍAS PERDIDOS

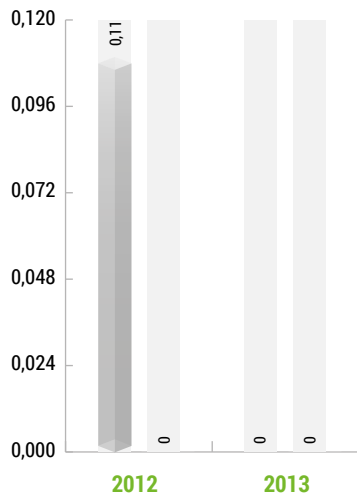


TASA DE DÍAS PERDIDOS (%)

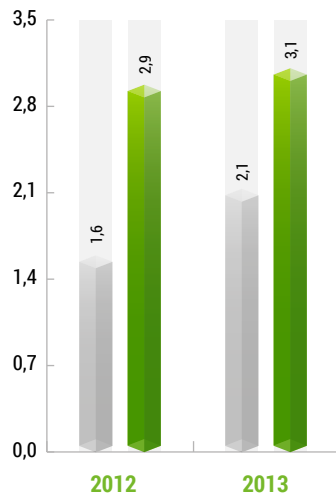


MUJERES HOMBRES

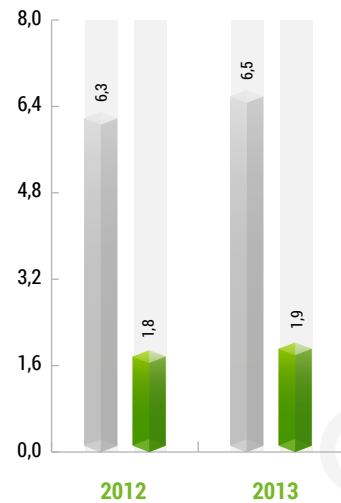
TASA DE ENFERMEDADES PROFESIONALES (%)



TASA DE ACCIDENTES (%)



TASA DE ABSENTISMO (%)





Programas de Salud y Seguridad

CCU busca implementar una gestión preventiva en materia de prevención de riesgos, seguridad industrial e higiene ambiental, cultivando la responsabilidad de los propios funcionarios en estas materias. La adopción de estas conductas contribuye a la excelencia operacional que garantiza seguridad para las plantas y los centros de distribución, y sus comunidades aledañas.

Programa	Año inicial	Descripción
Programa de Prevención de Riesgos y Salud Ocupacional	2012/2013	Establece las responsabilidades, funciones y actividades que se desarrollan en materia de prevención de riesgos, centrándose en la identificación de peligros, evaluación de riesgos y aplicación de las medidas de control.
Capacitaciones de Técnicas de Autocuidado	2013	Entrega herramientas prácticas, concretas y de inmediata aplicación, a través de clases conceptuales y prácticas. Apunta a la formación de hábitos, identificación de fortalezas y definición de iniciativas y acciones específicas de cuidado en el trabajo, creadas en conjunto con los participantes.
Programa de Capacitación	2013	Capacita en temas como: Análisis de Trabajo Seguro (AST), Campañas de Seguridad y Salud, y Análisis Causal y Responsabilidad Legal en accidentes laborales ("Conversemos sobre mi accidente").
Programa de Capacitación con Mutual de Seguridad	2013	Capacita en técnicas de prevención de riesgos. Fue dictado por Mutual de Seguridad en las dependencias de Transportes CCU. Destacaron los cursos de uso y manejo de extintores, radiación UV Solar, manejo manual de cargas, y responsabilidad civil y penal en accidentes laborales.
Programa para Protección solar en Instalaciones VSPT	2013	Protege a los trabajadores que reciben radiación solar directa entre los días 1° de septiembre y 31 de marzo, entre las 10 y las 17 horas, y aquellos que desempeñan sus funciones habituales expuestos a un índice UV igual o superior a 6, en cualquier época del año.

Los programas descritos se desarrollan en el marco del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional OHSAS 18.001, que durante 2013 fue recertificado en las plantas Temuco y Quilicura.

Promoción del desarrollo de los trabajadores

LA10 LA11 LA12

De forma anual, cada supervisor directo de CCU evalúa al personal que tiene a cargo, con el fin de analizar las áreas de

responsabilidad de cada trabajador, entregar retroalimentación constructiva sobre su desempeño, analizar sus necesidades de capacitación y ver el plan de desarrollo individual para cada persona evaluada. En 2013 este proceso de Evaluación de Desempeño se realizó en el mes de abril y cubrió al 92% de los trabajadores.

Cabe destacar que los trabajadores que no negocian colectivamente tienen asociada una acción salarial en función de su desempeño y relación con el salario de mercado.

Personal con Evaluación de Desempeño

	2012			2013		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Total de colaboradores ⁽¹⁾	626	4.093	4.719	713	4.426	5.139
Nº de trabajadores evaluados	570	3.746	4.316	609	4.103	4.712
% respecto del total	91%	92%	91%	85%	93%	92%

(1) La dotación de colaboradores corresponde a los trabajadores que estaban vigentes a la fecha de la evaluación (abril de cada año).

CCU ofrece distintas oportunidades de formación y desarrollo profesional. Es así como constantemente publica distintos concursos para los cuales se privilegia la contratación de colaboradores que integran la Compañía. También se da la posibilidad que los trabajadores accedan a complementar sus profesiones con el estudio de carreras profesionales o post-

grados en instituciones externas. Además, en determinados casos, se conceden periodos de excedencia laboral para aquellos trabajadores que deseen focalizarse en sus estudios tanto en nuestro país como en el extranjero, garantizando el posterior regreso al empleo.



Beneficiarios de los programas de formación

Programas de Formación ⁽¹⁾	2012		2013	
	Nº	% con respecto a la dotación	Nº	% con respecto a la dotación
Formación Interna	997	22%	1.063	24%
Formación Externa	2.158	47%	1.864	43%
Formación Desarrollo Profesional	64	1%	102	2%

(1) Esta información no incluye al Grupo VSPT.

Como es esperable, las horas de formación se concentraron principalmente en las empresas con mayor dotación. No obstante, los mayores promedios en términos de horas de formación estuvieron en CCU S.A., PLASCO y Cervecería CCU Chile. En 2013, las mujeres recibieron un 55% más de horas de formación que en 2012. En tanto, el promedio de horas para los hombres aumentó en un 4%.

Nº de horas de formación

Unidad ⁽¹⁾	2012		2013	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
CCU S.A.	4.835	14.295	9.977	13.135
Cervecería CCU Chile	1.557	20.574	1.778	20.011
ECCUSA	1.245	19.181	3.769	21.500
Compañía Pisquera de Chile	733	3.270	494	4.564
PLASCO	56	10.816	948	13.975
Transportes CCU	2.026	26.116	2.603	27.697
Comercial CCU	806	12.186	103	6.384
Compañía Cervecería Kunstmann	424	458	354	564
CRECCU	-	-	19	68
Total	11.682	106.896	20.045	107.898

(1) Esta información no incluye al Grupo VSPT ni a FOODS Alimentos CCU.

Promedio de horas de formación

Unidad ⁽¹⁾	2012		2013	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
CCU S.A.	31	54	59	48
Cervecería CCU Chile	23	37	25	31
ECCUSA	22	47	63	44
Compañía Pisquera de Chile	21	14	13	18
PLASCO	19	64	237	83
Transportes CCU	38	22	41	22
Comercial CCU	34	30	4	15
Compañía Cervecería Kunstmann	28	8	24	9
CRECCU	-	-	19	34
Total	27	27	42	26

(1) Esta información no incluye al Grupo VSPT ni a FOODS Alimentos CCU.

Retribución de los trabajadores EC5 LA14

En las empresas de la Compañía con mayor cantidad de trabajadores, el sueldo inicial de CCU se elevó en 2013 con respecto a 2012. En estas unidades también se registró un aumento en la comparación con el sueldo mínimo nacional.

Sueldo base de la organización en relación al sueldo mínimo nacional ⁽¹⁾

	2012		2013	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Sueldo mínimo nacional por mes	193.000	193.000	210.000	210.000
Sueldo mínimo nacional por hora	1.072	1.072	1.167	1.167
Sueldo inicial estándar de la organización	193.000 - 328.669	193.000 - 328.827	217.236 - 358.517	213.034 - 358.772
Relación entre el sueldo inicial estándar de CCU y el sueldo mínimo nacional	1,3	1,4	1,4	1,4
Número de trabajadores que reciben el sueldo mínimo	86	257	124	321
Porcentaje de trabajadores que reciben el sueldo mínimo respecto del total de colaboradores	1,81%	5,40%	2,40%	6,20%

(1) La información incluida en este indicador corresponde al primer quintil de remuneración mensual habitual.

La relación respecto del ingreso mínimo se ha calculado como el promedio de todos los trabajadores del primer quintil.

Sueldo base de la organización por Unidades con mayor dotación

Unidades con mayor dotación	2012			2013		
	Sueldo base estándar	Sueldo base por hora	Relación entre sueldo base y sueldo mínimo	Sueldo base estándar	Sueldo base por hora	Relación entre sueldo base y sueldo mínimo
Transportes CCU	283.681	1.576	1,5	342.534	1.903	1,6
Viña San Pedro	193.000	1.072	1,0	213.034	1.184	1,04
Embotelladoras Chilenas Unidas	288.691	1.604	1,5	407.975	2.267	1,9
Cervecera CCU Chile	371.654	2.065	1,9	405.611	2.253	1,9

Equilibrio en la remuneración de hombres y mujeres

En CCU la remuneración se asigna exclusivamente en función del cargo, por lo que es igual para hombres y mujeres al momento de ser contratados. A nivel general en 2013, para un mismo cargo, el sueldo de las mujeres correspondió al 98% del sueldo de los hombres. La variación en el salario base promedio se debe a las competencias adquiridas en el tiempo en el lugar de trabajo.

Contratación local EC7

La Compañía no cuenta con una política de contratación local. Sin embargo, constituye una práctica habitual en la empresa,



donde el 99,5% de la dotación corresponde a personas de nacionalidad chilena. Esta práctica se da a todo nivel de trabajadores y ejecutivos; un 95% de quienes componen el Comité de Gerentes son chilenos.

2. CCU junto a sus Clientes y Consumidores

CCU y sus Clientes: una alianza que progresa

2.7 EC9

Los principales socios de CCU son sus clientes, quienes comercializan los diferentes productos en 300 mil puntos de venta en todo el país. Gracias a ellos, la Compañía llega diariamente a millones de consumidores a través de sus cervezas, bebidas, vinos, licores y alimentos listos para consumir.

La gran Fuerza de Venta de CCU, compuesta por más de mil personas, tiene la tarea de atender directamente a los más de 115 mil clientes de botillerías, almacenes, restaurantes, supermercados y mayoristas.

CCU cree que entregar una mayor calidad de servicio a los consumidores, pasa primero por un trabajo y crecimiento en conjunto con los clientes directos. Por ello, la Compañía ha llevado a cabo un completo plan de mejoramiento de los centros de distribución del país, buscando optimizar el despacho, y ha puesto a disposición de sus clientes una variedad de soportes para la venta, como equipos de frío, letreros luminosos y animaciones, además de exhibidores, muebles y otros materiales de apoyo.

Negocio Redondo

En el año 2009, a través de la Unidad de Negocio Cervecera CCU Chile se creó el Programa Negocio Redondo, orientado a trabajar junto a clientes de almacenes y botillerías para mejorar la administración de sus negocios.

El programa capacita en temas de gestión de negocios. La malla curricular incluye ramos como Administración, Contabilidad, Marketing y Ventas, Aspectos Legales y Consumo Responsable de Alcohol.

Negocio Redondo se realiza en alianza con la Universidad Católica de Chile, a través de su programa de educación a distancia Teleduc y las clases para los clientes de Santiago son desarrolladas en las aulas del Centro de Extensión UC. Cada cliente cuenta con un tutor que lo contacta semanalmente para avanzar en los contenidos del Programa.

A la fecha se ha capacitado a 742 personas. En 2013 los cursos se desarrollaron en todos los distritos de CCU Chile, llegando a 157 clientes.

Participantes de Negocio Redondo

Año	Número de clientes capacitados
2009	115
2010	115
2011	120
2012	235
2013	157
Total	742

CRECCU

Hace cinco años CCU comenzó una búsqueda de fórmulas para apoyar la sustentabilidad del canal tradicional. El objetivo propuesto fue potenciar el desarrollo de los clientes de almacenes, botillerías y restaurantes que no contaban con capital de trabajo suficiente para crecer.

Para esto, durante 2013 se implementó CRECCU, una Unidad Estratégica de Negocios abocada a resolver la necesidad de capital de trabajo de los clientes. Comenzó a operar como un proyecto piloto en la zona sur, desde Curicó a Puerto Montt, que hoy ya apoya a 1.055 clientes que han podido potenciar sus negocios.

En 2014 se continuará ampliando la cobertura de clientes en diferentes ciudades del país.

Convención Clientes 2013

Cerca de 150 clientes de CCU en la Región de Los Lagos asistieron a la Convención Regional 2013 que la Compañía realizó en Osorno. Allí, el Gerente General de Comercial CCU, los gerentes generales todas las Unidades de Negocio de la Compañía e integrantes de las Fuerzas de Venta, compartieron con clientes de supermercados, mayoristas, distribuidores, dueños de restaurantes, almacenes, botillerías y representantes del comercio.

En la actividad se presentó un adelanto de las campañas publicitarias que apoyaron la comunicación de las principales marcas durante la temporada de verano.

Cercanía con los clientes y consumidores PR5

Estudio de Lealtad y Satisfacción de Clientes

De forma anual, CCU se acerca a sus clientes para conocer los niveles de lealtad y satisfacción en cada categoría en la que participa. El estudio, realizado junto a IPSOS, considera aproximadamente 3.500 encuestas telefónicas a nivel nacional e incluye clientes de todas las UEN. Esta evaluación entrega información sobre CCU a nivel general y sobre cada dimensión de servicio.



MR

1997...
2000...
2003...

MR

MR

Asahi



Estudio de Consumidores

Este se realiza todos los meses, con el objetivo de monitorear indicadores de salud e imagen de las marcas de CCU, y se entregan resultados por trimestre. Adimark GfK se encarga de elaborar una muestra representativa a nivel nacional y encuestar presencialmente a consumidores de todas las categorías de productos en las que la Compañía participa a nivel nacional.

Algunos de los aspectos que mide este estudio son la primera preferencia de las marcas, el top of mind publicitario, consideración de compra, asociación de atributos, consumo, entre otros.

Servicio de Atención al Consumidor (SAC)

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

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

Cifras SAC Consumidores 2013

Unidad	Número consultas 2013	Número reclamos 2013
Cervecería CCU Chile	472	769
ECCUSA	1.275	2.971
Compañía Pisquera de Chile	42	39
FOODS Alimentos CCU	172	419
Grupo San Pedro Tarapacá	35	47
Total	1.996	4.245

Cifras SAC Clientes 2013

	Número
Consultas	12.911
Reclamos	13.181
Solicitudes	16.040
Sugerencias	1
Total	42.133



CON ESTE CALOR SE ME ANTOFA UNA ESCUDO!!!

EN ANTOFAGASTA... HAY VERANO. ESCUDEROS!



Disfruta con responsabilidad. Producto para mayores de 18 años.

Sistema Mensaje CCU (SMCCU) PR6

El año 2011 CCU inició la implementación del Sistema Mensaje CCU (SMCCU), siguiendo la tendencia de las grandes marcas corporativas que buscan acercarse a la comunidad. Este se desarrolló con el objetivo de generar mayor cercanía con los consumidores, facilitando información para su decisión de compra.

En el etiquetado, envoltorios, empaques primarios y empaques secundarios, el SMCCU incorpora información como: Comunícate con Nosotros, que incluye el teléfono del Servicio de Atención al Consumidor (SAC), la página web corporativa y de la marca.

El Sistema Mensaje cuenta con tres instancias de aplicación. En etiquetado y empaques, donde se incorpora un diseño con el logo de CCU y cápsulas con información sobre la Compañía y el producto; en publicidad en medios audiovisuales, digitales, impresos y vía pública, a través de un doblez de página que contiene un logo corporativo, además en el material POP.



En 2013 el SMCCU se implementó en 458 productos: en Gaseosas se alcanzó el 93%, lo que significa 169 productos; en Aguas, Jugos y Néctares se implementó en el 100% con un total de 89 productos; en Funcionales 90% con 21 productos; Cervezas en un 100% con 42 productos; CPCh en 85% con 41 productos y Foods en 33% con 96 productos.

Además, durante 2013 el SMCCU se implementó en Publicidad en medios audiovisuales como televisión, medios digitales, medios impresos, vía pública y material de punto de venta.

Inocuidad de los productos PR1 PR2 PR4 PR7 4.11

Para CCU, la inocuidad alimentaria es una preocupación presente a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos. A través de programas y certificaciones, se busca promover la mejora continua en cada etapa.

La cadena de producción comienza en el abastecimiento de materias primas y materiales de fabricación. Para verificar la gestión de la inocuidad de estos insumos, CCU desarrolló un Procedimiento de Evaluación de Proveedores, que cuenta con tres pilares:

- **Programa de Homologación de Proveedores:** Comprobación de sistemas de gestión de Calidad e Inocuidad de los proveedores mediante auditorías de tercera parte. De un total de 130 empresas proveedoras de materias primas, 45 han sido homologadas.
- **Vendor Rating System (VRS):** Registro de las no conformidades de materias primas, materiales de fabricación y/o insumos detectados en el proceso productivo y evaluación de la capacidad del proveedor para generar correcciones inmediatas.
- **Inspecciones Técnicas:** Revisión en conjunto con el proveedor de tópicos técnicos relacionados con las materias primas, materiales de fabricación y/o insumos y su efecto en el producto terminado y proceso productivo.

En la etapa de elaboración de los productos, la Compañía ha avanzado en los siguientes indicadores de certificación:

- El 100% de las 16 Plantas que elaboran y envasan las seis categorías de productos manufacturados por las filiales de CCU, han sido sometidas a un análisis del tipo HACCP.
- El 93,8% de las Plantas cuenta con certificación ISO 22.000 en Inocuidad Alimentaria y/o HACCP.



Por su parte, la fase de almacenamiento y distribución registra los siguientes logros:

- Existen 22 Centros de Distribución (CD's), de los cuales 8 comparten recinto con las plantas productoras y por lo tanto, según normativas internas, cuentan con la certificación ISO 22.000 de Inocuidad Alimentaria.
- Los 14 CD's restantes han desarrollado un programa de Buenas Prácticas basado en la norma ISO 22.000, el cual está en proceso de validación con un organismo certificador independiente.

En septiembre de 2013, el **Centro de Distribución de Coyhaique** recibió el certificado de conformidad con el **Manual de Buenas Prácticas de Manufactura** otorgado por Bureau Veritas Certification Chile. Este cubre sus operaciones de Almacenamiento, Consolidación de pedidos, y Despacho y recepción de bebidas alcohólicas y analcohólicas y alimentos manufacturados listos para el consumo.

CCU adhiere al principio de precaución utilizando en sus procesos industriales tecnologías que están validadas por la industria y que no dañan el medioambiente, así como materias primas e insumos de proveedores homologados. Además, en el marco de la implementación de la norma ISO 14001 en sus empresas filiales, ha identificado en sus procesos industriales y de distribución los aspectos ambientales que generan y/o pudieran generar impactos ambientales, comprometiendo medidas de mitigación para cada uno de ellos.

Cachantun: Credenciales como Marca Saludable

En 2013 los consumidores eligieron a Cachantun como la Marca más Saludable de Chile, de acuerdo al estudio "Chile 3D" realizado por Adimark GFK.

En agosto de 2013, las credenciales de calidad y naturalidad de Cachantun fueron puestas a prueba, cuando se denunció que una persona se encontraba hospitalizada en Antofagasta con síntomas de intoxicación después de ingerir amoníaco de una botella de agua mineral Cachantun sin gas.

Luego de una acuciosa investigación, el Seremi de Salud de Antofagasta y el Instituto de Salud Pública, resolvieron liberar de toda responsabilidad a la marca y concluir que este caso correspondió a la intervención de terceros.

Además, se señaló que el proceso productivo de agua mineral Cachantun no contempla el uso del amoníaco. No se encontró ninguna otra sin botella del mismo lote y fecha de elaboración con dicho químico.

Las autoridades ratificaron los altos estándares de calidad que tiene la planta de agua mineral ubicada en Coinco (VI Región), al contar con moderna tecnología en materia de producción y embotellado, como lo certifican las normas internacionales en Inocuidad Alimentaria (HACCP, ISO 22.000), Sistema de Gestión Medioambiental (ISO 14.001), y Salud y Seguridad Laboral (OHSAS 18.001).

Calidad en procesos y productos FP5 FP6 FP7

El principio de calidad es un valor fundamental en CCU. Involucra el compromiso de los trabajadores y la aplicación de una rigurosa metodología, en todos los procesos que rodean la elaboración de los productos, desde la elección de las materias primas, pasando por la eficiencia de la logística, hasta las condiciones de trabajo de sus colaboradores.

El Proceso Directivo registra y mide múltiples variables de Producción, Calidad y Medioambiente y permite alinear e inspirar a toda la organización bajo el concepto de mejora continua.

La medición de calidad está consolidada en el Índice Compuesto de Calidad (ICC), que agrupa un conjunto de

indicadores relacionados con el desempeño del proceso productivo, los productos terminados, la percepción de calidad en el mercado y la comunicación con los consumidores respecto de los productos.

El Sistema Integrado de Gestión (SIG) se refiere a la implementación y certificación de normas internacionales de excelencia industrial, como HACCP, ISO, OHSAS, BRC, IFS. Se ha incorporado ampliamente en las distintas Unidades de la Compañía, culminando el año 2013 con el 93,8% de sus instalaciones con certificación de Inocuidad de Alimentos (HACCP o ISO 22.000); 58,8% con ISO 14.001 sobre Gestión Ambiental, y 58,8% con certificación ISO 18001 OHSAS sobre Gestión de Salud y Seguridad Laboral.

De esta manera, el 97% de la producción de la Compañía en 2013, equivalente a 16.065.557 HI de productos envasados,

Certificaciones de las Plantas de Producción 2013

	Inocuidad Alimentos HACCP - ISO 22000	Gestión Ambiental ISO 14001	Seguridad y Salud Laboral OHSAS 18001
Plantas industriales que deben certificar	16	17	17
Plantas certificadas	15	10	10
[%] de planta certificadas	93,8%	58,8%	58,8%

Certificaciones de los Centros de Distribución 2013

	Inocuidad Alimentos HACCP - ISO 22000	Gestión Ambiental ISO 14001	Seguridad y Salud Laboral OHSAS 18001	Buenas Prácticas
Centros de Distribución que deben certificar	8	8	8	14
Centros certificados	8	6	5	7
[%] de CD certificados	100,0%	75,0%	62,5%	50,0%

se realizó en centros de producción certificados.

Productos comestibles reducidos en grasas, azúcar y sodio

Con el objetivo de informar a los consumidores respecto de las características nutricionales relevantes de determinados productos y de acuerdo con lo estipulado por el reglamento sanitario de los alimentos, se declaran los descriptores correspondientes indicados en las siguientes tablas.

Categoría de productos	Producción envasada [kg]	Productos con descriptores del tipo "libre", "bajo", "reducido" en calorías, grasas, grasas saturadas, azúcar, sodio [kg]	[%]	Descriptor declarado en la etiqueta
Confites (incluye bañados, barras y mogul)	4.122.015	383.009	9%	libre de grasas trans
Chocolates	947.098	809.861	86%	libre de grasas trans
Galletas (dulces y saladas)	3.246.790	2.857.604	88%	65% son galletas Duetto libre de grasas trans. 23% corresponden a galletas de agua y soda que además son libre de colesterol, bajas en grasa total y bajas en sodio
Dilatados	947.798	947.797	100%	Bajo en sodio, bajo en grasas
Total	9.263.701	4.998.271		

De un total de 9.263.701 kilos producidos por Foods el 54% cuenta con una declaración de descriptores en sus etiquetas.

Productos bebestibles con descriptores reducidos en grasas, azúcar y/o sodio

Categoría de productos	Volumen envasado [hl]	% Productos con descriptores del tipo "libre", "bajo", "reducido" en calorías, grasas, grasas saturadas, azúcar, sodio o con suplementación declarada en la etiqueta [hl]	[%]	Descriptor declarado en la etiqueta
Néctares	1.453.612	197.402	14%	Watts Light + Clear declaran "bajo en calorías"
Funcionales y otros	291.637	178.203	61%	3% corresponde a Lipton Te Verde con 0% azúcar y 58% es Gatorade "con adición de electrolitos"
Aguas minerales	1.144.295	1.144.295	100%	libre de sodio
Aguas minerales saborizadas	525.858	525.858	100%	libre de calorías
Total	3.415.402	2.045.758		

Del total de gaseosas (7.296.592 hl) y aguas minerales y saborizadas (1.670.153 hl) envasadas el año 2013, el 22,8 % cuenta con una declaración de descriptores en sus etiquetas

3. CCU Siempre Cerca de la Comunidad EC9

Plantas de CCU abiertas a la comunidad

La comunidad de CCU es amplia, se encuentra en cada lugar del país donde la Compañía tiene presencia y operaciones, en las cercanías de las Plantas, Centros de Distribución y Oficinas Comerciales. Muy a menudo, son también parte de ésta los clientes y consumidores.

De cara a esta diversa comunidad, CCU abre las puertas del núcleo de su operación para dar a conocer, a través de visitas guiadas, cómo funcionan los diferentes procesos productivos de la Compañía. Así, las plantas cerveceras y las bodegas de vinos reciben durante todo el año a un público – mayor de 18 años – interesado en la elaboración de los productos.

En el caso del grupo VSPT, las viñas ofrecen recorridos, degustaciones y otras actividades para interiorizarse en el mundo del vino. En el caso de CPCh, la Destilería Mistral, en Pisco Elqui, también permite recorrer sus instalaciones para conocer la historia y los procesos de este destilado.

Visitas a las instalaciones CCU 2013

Lugar	N. Visitas
Viña Tarapacá	19.400
Viña San Pedro ⁽¹⁾	2.730
Viña Altaír	700
Viña Santa Helena	650
Viñamar	1.467
Kunstmann ⁽²⁾	9.767
Austral	1.047
Destilería Mistral ⁽³⁾	25.678
Total	61.439

(1) Incluye visitas turísticas y a la Casa de Huéspedes

(2) Incluye Tours Cerveceros, Tour Fluvial Kunstmann y visitas a la planta.

(3) Incluye visitas a Destilería Mistral en Pisco Elqui y tours pagados.

Programas CCU

En cuatro ámbitos de acción prioritarios, CCU ha desarrollado programas y campañas que buscan transformarse en instancias de encuentro con la comunidad, impulsar el crecimiento social y transmitir valores positivos.

• CCU en el Consumo Responsable de Alcohol PR6 FP8

Para CCU, el consumo de alcohol, al igual que el consumo de la mayoría de los productos, es beneficioso si se hace en forma moderada y responsable, y perjudicial si se hace en exceso. Por ello, educar en el Consumo Responsable de Alcohol (CRA) representa una contribución concreta al bienestar de la comunidad.

Las metas propuestas para el año 2013 involucraron un trabajo de difusión de las actividades de CCU en este tema, hacia una lista de públicos relevantes, en las ciudades donde la Compañía opera, incluyendo a Trabajadores, Clientes y Consumidores de CCU, funcionarios de Carabineros y Gendarmería de Chile, Internos de Centros Penitenciarios y Colegios Particulares y Municipalizados.

Paralelamente todo el año la Compañía continuó impulsando un Consumo Responsable de Alcohol a través de campañas en medios masivos, tanto en Fiestas Patrias como en Fin de Año.

Programa Educar en Familia CCU

El Programa Educar en Familia busca promover un Consumo Responsable de Alcohol a través de la comunicación informada entre padres e hijos. La premisa básica para un consumo responsable es que alcohol sólo puede ser consumido por mayores de 18 años. El programa se centra en la prevención del consumo precoz, entregando información clara y útil para padres y apoderados, dirigida a sus trabajadores y la comunidad.

En 2013 el foco del programa estuvo en los Trabajadores de Santiago, de las Unidades Cervecera CCU, ECCUSA y

Transportes CCU. Entre mayo y junio se realizaron once charlas que reunieron 1.152 colaboradores de las áreas de Marketing, Operaciones, Recursos Humanos, Calidad, Ventas y Administración.

Para CCU es fundamental que sus colaboradores estén en conocimiento de la mirada que la Compañía tiene en relación al alcohol, y espera que puedan transmitirla a nivel familiar y en su círculo más próximo.

Por otra parte, se replicó el trabajo realizado en 2012 con los Municipios de Renca y Quilicura, donde CCU dictó charlas a todos los colegios municipales y capacitó a 20 Monitores que podrán implementar el Programa en su comunidad. En 2013, también se realizaron charlas en los establecimientos municipales de la comuna de La Reina.

Además, en alianza con Gendarmería de Chile, CCU estuvo presente con Educar en Familia en tres Centros Penitenciarios para capacitar a internos y funcionarios: San Miguel, Centro de Detención Preventiva Santiago Sur (ex Penitenciaría) y Puente Alto.

El siguiente recuadro muestra la asistencia a los talleres de Educar en Familia realizados en 2013.

Público	Participación 2013
Trabajadores	1.152
Clientes	150
Gendarmería e Internos	416
Colegios Municipalizados (Talleres y Monitores)	210
Colegios Particulares	288
Total	2.316

• **CCU en la Cultura** EC8

CCU lleva dos décadas dando a conocer el trabajo y esfuerzo de artistas chilenos, jóvenes y consagrados, con el objetivo de "Acercar el arte a la gente".

En 2013 se realizó la segunda versión de la Beca de Arte CCU. En esta oportunidad se reconoció a Raimundo Edwards Alonso, Camilo Yáñez Pavez y María del Pilar Quinteros Vidal.

Gracias a ello, Edwards accedió a una residencia de cuatro meses en el International Studio & Curatorial Program (ISCP), además de tener la oportunidad de exponer en la Y Gallery de Nueva York y en la Sala de Arte CCU durante 2014.

En el período 2013, la Sala de Arte CCU ofreció un variado calendario de exposiciones, con cinco muestras de Arte Contemporáneo que convocaron a 10 artistas. Además, hubo dos muestras relacionadas con las marcas de CCU: "Mirar la vida con otro Cristal" y "Vanguardia Mistral".



A través de la Sala de Foco Social, la Sala de Arte CCU busca incentivar a artistas no profesionales, como una instancia de integración, bajo la certeza que la experiencia artística mejora la calidad de vida y fortalece e integra a las comunidades. El 2013 albergó 6 muestras.

En conjunto, las exposiciones sumaron más de 8.000 visitas, lo que responde al desafío de promover el arte, aportando al disfrute y conocimiento de la sociedad.

• CCU en el Deporte **FP4**

CCU y sus marcas destacan por el continuo apoyo al desarrollo del deporte en nuestro país. Para esto se destina parte importante del presupuesto de marketing al auspicio de deportistas, clubes y actividades deportivas, con lo cual se busca incentivar la práctica de actividad física y un estilo de vida saludable.

Cachantun y el tenis

Cachantun comenzó el año 2013 auspiciando el ATP de Viña del Mar, que contó con un invitado de lujo: Rafael Nadal. El multicampeón de Roland Garros y medallista olímpico, deslumbró a los asistentes por el juego desplegado en la arcilla del Club Las Salinas.

Cristal Light refrescando el verano

Cristal Light con el objetivo de refrescar el verano 2013 y promover las actividades al aire libre, realizó una serie de eventos en diversos balnearios de Chile. Durante los meses de enero y febrero destacaron los campeonatos de Surf, Kitesurf y Wakeboard.

Gatorade hidratador del deportista chileno

Gatorade estuvo presente en las competiciones más importantes para los atletas nacionales: el Ironman de Pucón y la Maratón de Santiago, que contó con 25.000 corredores en competencia. También durante 2013, la marca sumó como rostro en Chile al futbolista de la Selección Nacional y de la Juventus de Italia, Arturo Vidal.

Cristal Cer0,0°, cerveza oficial de Benjamín Alvarado

Mostrando su permanente apoyo al deporte nacional, Cerveza Cristal Cero fue el auspiciador oficial del destacado golfista chileno Benjamín Alvarado. La marca estuvo junto a Benjamín en los más de 20 campeonatos en los que participó, tanto en Chile como en el extranjero.

Francisca Mardones y su año de consolidación

Para la tenista paralímpica Francisca Mardones, 2013 fue un año de cambios. Con el apoyo de CCU, se radicó en Estados

Unidos con el objetivo de mejorar e intensificar sus rutinas de entrenamiento de cara a lo que sería una dura y larga temporada. Los esfuerzos rindieron sus frutos: Francisca alcanzó su mejor ranking, al consolidarse en el puesto n°12 y convertirse en la primera chilena en clasificar en dobles al Master de Estados Unidos.

Apoyando el básquetbol paralímpico

Durante 2013, CCU continuó su apoyo al equipo de básquetbol en silla de ruedas, Club Los Dominicos. El equipo logró importantes victorias tanto en Chile como Argentina.

Unas Olimpiadas de Otro Mundo

Bilz y Pap organizó el evento deportivo más entretenido y especial del año: las Olimpiadas de Otro Mundo. Más de 30 juegos inflables de todas las especialidades deportivas fueron instalados en la pista atlética del Estadio San Carlos de Apoquindo.

• CCU en el Apoyo Solidario

CCU busca mejorar la calidad de vida de la comunidad con actividades de voluntariado que fomenten el crecimiento personal de sus trabajadores, e iniciativas que apoyan la educación de sus familias.

Programa Voluntariado Corporativo "Con Compromiso Unidos"

- Tutorías a Jóvenes

El objetivo de este programa, existente desde 2006, es orientar e incentivar a jóvenes a que continúen sus estudios para desarrollarse profesionalmente en el futuro. En 2013, 18 voluntarios de CCU formaron parte del Programa Tutorías a Jóvenes. Durante el año académico los tutores apoyaron a alumnos de cuarto medio del colegio Juan Luis Undurraga de la Fundación Belén Educa. En sus años de existencia, 95 alumnos han contado con el apoyo de un tutor CCU.

- Programa Asesoría a Microempresarios

Esta iniciativa se realiza en conjunto con la Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica, bajo la idea de que voluntarios de CCU y alumnos de Ingeniería Comercial asesoren en conjunto a una microempresa para mejorar su rentabilidad, abordando temas financieros, comerciales y de imagen. El Programa se desarrolló durante el segundo semestre de 2013, con la participación de 17 colaboradores de CCU.

- Compartir con un Amigo en Navidad

Como es tradición, se realizó en CCU la actividad "Compartir con un amigo en Navidad", que promueve que las distintas UEN y UES





apadrinen a hogares de niños en situación de vulnerabilidad social y compartan con ellos en una Fiesta de Navidad. Los trabajadores participaron junto al Hogar Aldea Buen Camino (Plasco), Hogar Aldea de Nazareth (CCU S.A.), Hogar Sion (ECCUSA), Hogar Posada del Niño (CCU Chile), Fundación Miguel Magone (VSPT) y Hogar de Niñas Nuestra Señora de la Paz (VSPT).

Programa CCU Te Apoya

Esta iniciativa busca contribuir en la educación de los hijos de los colaboradores de CCU, reconociendo el esfuerzo por alcanzar la excelencia académica. Premia el desempeño escolar de aquellos niños que finalizan la Enseñanza Media o Básica con un promedio igual o superior a 6,5.

Además, el programa entrega Becas de Estudios Superiores, las cuales apuntan a financiar los estudios universitarios de aquellos jóvenes que destacan en rendimiento, pero tienen dificultades para costear sus carreras.

Durante 2013 fueron reconocidos 38 niños y jóvenes, 35 de ellos en la categoría "Reconocimiento al Desempeño Escolar" y 7 con "Beca de Estudios Superiores".

Etiquetado de los productos: informando a los consumidores FP8 PR3 PR6

En Chile, el etiquetado nutricional de los productos alimenticios envasados es exigido por ley desde el año 2006, según lo estableció la modificación al Reglamento Sanitario de Alimentos.

Junto con cumplir la normativa vigente, en 2008 CCU comenzó a incorporar en sus productos analcohólicos el etiquetado nutricional propuesto por Chile Alimentos, que clarifica la cantidad porcentual de grasas, azúcar, calorías, grasas saturadas y sodio presentes en cada alimento, en función de un estándar de dieta equilibrada.

Esta información, conocida internacionalmente como GDA (Guía Diaria de Alimentación), considera parámetros de consumo basados en una ingesta ideal equivalente a 2.000 calorías diarias, transformándose en una referencia de alimentación saludable para los consumidores.

En tanto, la información que CCU provee en los productos con contenido de alcohol está regulada por la Ley de Alcoholes, que incluye requerimientos acerca del tipo de producto, la graduación alcohólica, y el origen de envasado.

Desde hace ocho años CCU incorpora en forma voluntaria mensajes relativos al Consumo Responsable de Alcohol en las etiquetas y los avisos publicitarios de sus productos con contenido alcohólico.

Actualmente, la normativa relativa a etiquetado sólo exige información nutricional sobre los productos, no sobre sus materias primas, ni requiere información ambiental sobre el origen o los envases y empaques utilizados. En total, alrededor de la mitad de la producción está sujeta a estas disposiciones legales sobre etiquetado.



56,2% de la producción está sujeta a disposiciones de etiquetado del Reglamento Sanitario de Alimentos



43,8% de la producción está sujeta a disposiciones de etiquetado de la Ley de Alcoholes

hk= 100 kilos; hl=100 litros.

4. CCU y sus Proveedores: Colaboración y Confianza EC6 HR1

Los proveedores de CCU pertenecen a las áreas de materias primas, insumos, equipos, servicios y suministros. La relación que la Compañía establece con ellos se basa en la confianza, cumplimiento a la ley y normativas vigentes en cuanto a medioambiente y respeto a las personas, con el fin de entregar productos de calidad a clientes y consumidores.

Proveedores locales

Si bien no existe una política formal de contratación de proveedores locales, el 94% de las empresas proveedoras de CCU son nacionales, y el 85% de las compras totales que la Compañía realiza, las adquiere de proveedores de origen local.



Proveedores nacionales

Año 2013	Total	Nacional	Extranjero
	USD	USD	USD
Compras [USD]	1.216.794.259	1.028.244.127	188.550.132
Compras [%]	100%	85%	15%
Proveedores [#]	4.869	4.594	275
Proveedores [%]	100%	94%	6%

Política de Abastecimiento FP1

Los requisitos básicos para ser proveedor de CCU son: tener Inicio de Actividades en el Servicio de Impuestos Internos, no registrar observaciones tributarias, y aceptar las normas contenidas en la Guía de Buenas Prácticas de Proveedores.

La Compañía busca compartir con sus proveedores los principios que rigen su actuar, en tres áreas prioritarias.

• Conducta en los Negocios

CCU considera la integridad y la confiabilidad en sus relaciones con sus proveedores como condiciones esenciales para los negocios sustentables. Los principios rectores de Conducta en los Negocios son:

- Apoyar un abierto, leal y competitivo ambiente de negocios.
- La elección de proveedores siempre deberá estar basada en criterios técnicos, profesionales, éticos y en función de las necesidades de la empresa.
- Todas las leyes, normativas y regulaciones relevantes aplicables deben ser cumplidas.
- Todos los negocios e informaciones comerciales y financieras relacionados con la empresa deben ser tratados en forma confidencial y no ser divulgados a terceras partes.

- Los conflictos de interés no informados a la empresa no son compatibles con buenas prácticas de negocios; su omisión puede derivar en la exclusión de proveedores calificados.
- Los regalos y estímulos para influenciar negocios u otras decisiones no son aceptables.

• Respeto por las Personas

CCU tiene el desafío de traspasar a sus proveedores los principios de no discriminación, abolición de la explotación infantil, prevención del trabajo forzoso e implementación de prácticas de seguridad. En todo lo que respecta al personal, la empresa proveedora debe garantizar el respeto irrestricto a la persona humana y a su dignidad, creando las condiciones propicias para que sus trabajadores se desarrollen íntegramente.

Los principios relativos al Respeto por las Personas son:

- El accionar de los trabajadores debe estar permanentemente marcado por el respeto y la valoración del ser humano.
- La empresa asegura la igualdad de oportunidades para todos sus trabajadores, sin consideraciones de raza, religión, sexo, edad, país de origen o impedimentos físicos al tratarse de decisiones de reclutamiento, capacitación, compensación, promoción y toda decisión relativa a su personal.
- Las condiciones laborales deben permitir condiciones de trabajo seguras y cuidado de la salud laboral de sus empleados.
- La empresa no debe contratar a menores de edad ni participar de labores forzadas.

• Respeto por el Medioambiente

CCU se rige por principios que apuntan a la protección del medioambiente. Lo anterior se aplica también a los proveedores de la compañía. Estos principios son:

- La empresa asume como política la conducción de sus



CCU se compromete con Sello ProPyme

operaciones de modo compatible con las necesidades ambientales y económicas de las comunidades en que opera.

- Debe darse cumplimiento a la normativa ambiental vigente y aplicar estándares responsables en aquellos casos que no existan leyes o reglamentos al respecto.
- Cada trabajador se debe comprometer a realizar sus actividades y prestar sus servicios procurando minimizar su impacto en el medio ambiente y en todo caso, a cumplir cabalmente la legislación al respecto.
- Los procesos productivos deben buscar el uso eficiente de los recursos disponibles y un mínimo impacto en el medioambiente.

Con la aceptación de una orden de compra, el 100% de los proveedores de CCU se compromete con el cumplimiento de los principios descritos en la Guía de Buenas Prácticas de Proveedores.

La Compañía busca respaldar permanentemente el cumplimiento de las Buenas Prácticas por medio de estas actividades:

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

El Sello ProPyme es una iniciativa impulsada por el Ministerio de Economía que compromete a las grandes compañías a pagar en un plazo máximo de 30 días a sus proveedores Pyme. La idea de fondo es fomentar el desarrollo de estas empresas, que representan el 60% del empleo del país.

En 2013, CCU fue una de las compañías que se sumaron al Sello, utilizando el mecanismo de convenio, que permite una adhesión por etapas o flexible para, en un plazo máximo de dos años, cumplir 100% con los criterios que establece el mecanismo. Los avances en la implementación se evalúan a través de un proceso que se audita periódicamente.

En el mes de julio, el Gerente General de CCU, Patricio Jottar, y el ex Ministro de Economía, Félix de Vicente, firmaron el compromiso de la Compañía con el ajuste progresivo de sus procesos de pago, hasta alcanzar las exigencias requeridas para obtener el sello definitivo. Con ello, se estará beneficiando a cientos de los proveedores de CCU.

Diferentes Unidades de la Compañía adhirieron a este Sello, entre las que se encuentran CCU S.A., Cervecera CCU Chile, ECCUSA, TCCU, PLASCO, Comercial CCU, CRECCU y Vending.

Portal de Proveedores

El Portal de Proveedores de CCU busca facilitar el proceso de adquisiciones entre la Compañía y sus empresas proveedoras. Está disponible como una plataforma en Internet, y contiene un módulo de Compras por Catálogo y uno de Administración de Contratos, los que permiten efectuar transacciones en línea. El sistema facilita el manejo del inventario de materias primas mediante el uso de bodegas en consignación y contribuye a la reducción de los plazos de reposición. También disminuye los gastos administrativos, por un menor número de transacciones, y minimiza los errores asociados a la digitación de documentos.



5. CCU y los Temas de la Industria S05

Participación en normativas sectoriales

CCU, a través de las asociaciones gremiales y sectoriales de las cuales es miembro, participa en el diseño de políticas públicas que atañen a la industria de alimentos y bebestibles y a sus consumidores (ver membresías del capítulo de Perfil).

- **Propuesta de Ley sobre Gestión de Residuos y Responsabilidad Extendida del Productor**

El proyecto establece el marco jurídico para la gestión de residuos e introduce la responsabilidad extendida del productor (REP), un régimen de gestión de residuos que impone ciertas obligaciones sobre los productores. Entre ellas, se cumplan las metas de reciclaje, que establecerá el Ministerio de Medio Ambiente, de los residuos generados por los productos una vez terminada su vida útil.

Ante la Comisión de Recursos Naturales, Bienes Nacionales y Medio Ambiente de la Cámara de Diputados, representantes de las Asociaciones Gremiales, a las cuales pertenece CCU, expusieron sus comentarios, alcances y sugerencias sobre el proyecto ingresado en septiembre de 2013.

La Compañía está a favor de una Responsabilidad Extendida del Productor que se sustente en un cuerpo legal apropiado. La posición de CCU también está representada por las asociaciones gremiales correspondientes y en la Mesa del Comité Pro Reciclado del Empresariado (CPRE)

- **Ley 20.606 sobre "Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad"**

CCU ha participado de esta discusión a través del Sub Comité Nutricional de Chilealimentos a través de su área legal, técnica y de Marketing. La posición de la Industria ha sido de aportar a la discusión para generar un marco legal acorde a las condiciones y necesidades de la población.

Si bien comparte con la autoridad la preocupación por los niveles de obesidad y sedentarismo, la Industria propone que una regulación efectiva debe ser capaz de abordar el problema de manera integral, incluyendo acciones de educación, una oferta de productos favorables a una alimentación balanceada y campañas que promuevan la actividad física.

La Industria ha estado presente durante 2013 en la discusión de implementación de la Ley.

- **Reforma Tributaria**

El Programa de Gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet, incluye una propuesta de reforma tributaria. Entre otras

modificaciones, esta señala un impuesto específico a las bebidas alcohólicas, calculado en proporción al volumen de alcohol puro incluido en cada tipo de bebida.

Las industrias del vino, cerveza y destilados han reaccionado frente al anuncio con cautela, pues aún no está claro el mecanismo de esta alza. Hoy en Chile las cervezas y vinos tienen un impuesto de 15%, mientras los destilados son gravados en un 27%. CCU ha hecho ver su posición a través de las asociaciones gremiales a las que pertenece.

Cumplimiento de la Libre Competencia S07

Durante 2013 CCU desarrolló y estructuró un “Programa de Cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia de Compañía Cervecerías Unidas S.A. y Filiales”, el cual constituye un mecanismo de prevención y detección de infracciones a la normativa de libre competencia.

Éste es liderado por el Gerente de Cumplimiento, el cual tiene por función principal velar por el cumplimiento de las diversas normativas a las cuales se encuentra sometida la Compañía en sus diferentes ámbitos, participando en la implementación de los correspondientes programas de cumplimiento y capacitación.

Sanciones PR2 PR4

En este período se registraron solo tres incidentes relacionados con el incumplimiento normativas relativas a la salud y seguridad, y el etiquetado de productos. En total, las multas cursadas ascendieron a 85 UTM. Esta baja cantidad de incidentes en relación a los miles de productos de nuestra Compañía que se consumen día a día, es una muestra de la calidad con que cuentan nuestros procesos productivos y que se reflejan en la preferencia y confianza que reflejan nuestros consumidores al preferir los productos CCU.



Tipo de incidente	Descripción	Resultado
Incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a la salud y la seguridad.	Sumario sanitario por brote de Enfermedad de Transmisión Alimentaria (ETA) que afectó a algunos consumidores, producto de la ingesta de una bebida analcohólica vencida.	Multa de la SEREMI de Salud RM, por infracción al Reglamento Sanitario de los Alimentos, DS N° 977/96 del Ministerio de Salud. 20 UTM.
Incumplimiento de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	Venta de producto “Pisco La Serena” rotulado como Pisco Especial, que contenía una graduación alcohólica menor a la señalada en la normativa.	Multa por incumplimiento de la Ley 18.755. 15 UTM.
	De acuerdo a los análisis físico-químicos del agua, no se cumplía con la cantidad de sodio indicada en la etiqueta de agua mineral Cachantun.	Multa de la SEREMI de Salud RM, por infracción al artículo 115 del Reglamento Sanitario de los Alimentos, DS N° 977/96 del Ministerio de Salud. 50 UTM.

Gato



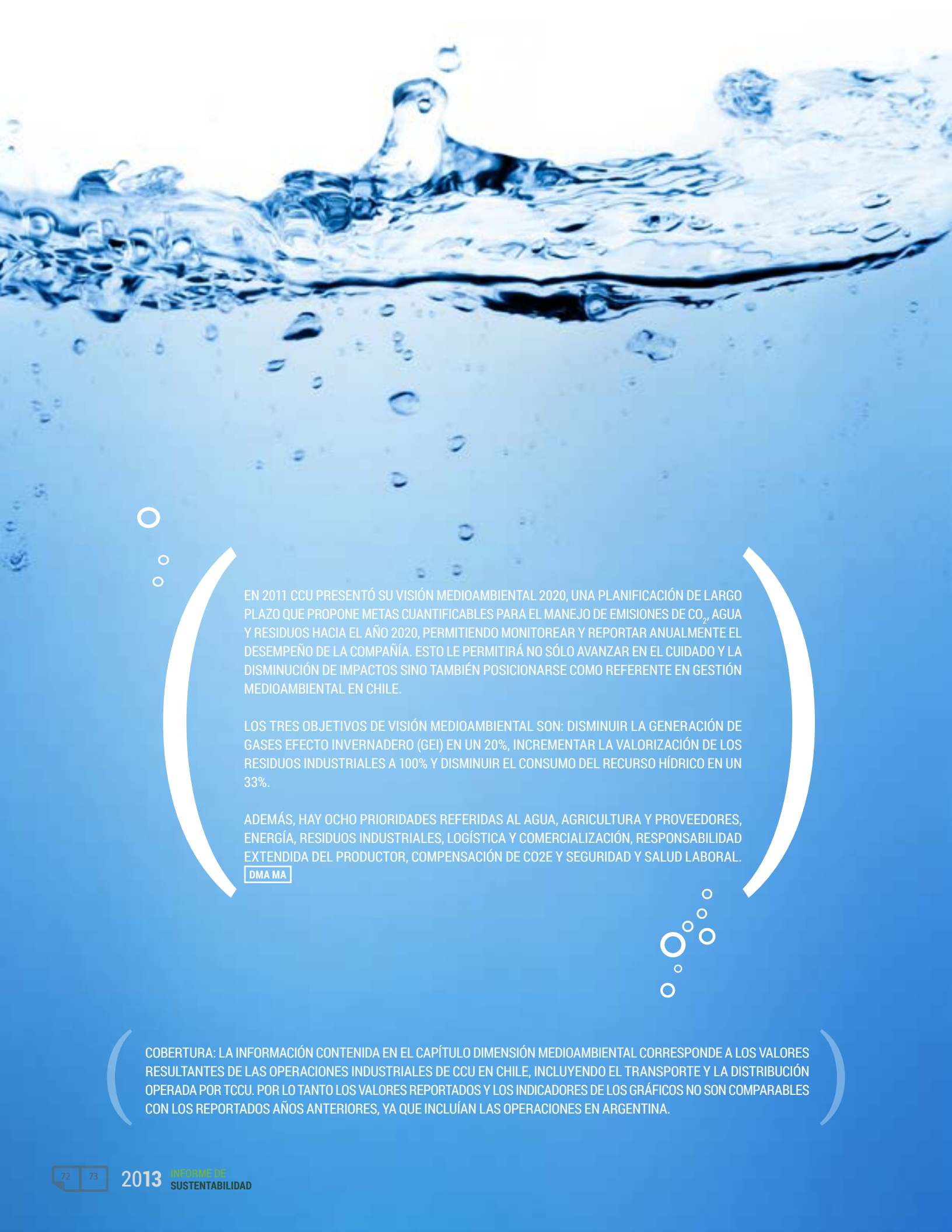
Cabernet Sauvignon
D.O. Valle Central

Un mundo
de sabores
CCU

06

Dimensión
MEDIOAMBIENTAL





EN 2011 CCU PRESENTÓ SU VISIÓN MEDIOAMBIENTAL 2020, UNA PLANIFICACIÓN DE LARGO PLAZO QUE PROPONE METAS CUANTIFICABLES PARA EL MANEJO DE EMISIONES DE CO₂, AGUA Y RESIDUOS HACIA EL AÑO 2020, PERMITIENDO MONITOREAR Y REPORTAR ANUALMENTE EL DESEMPEÑO DE LA COMPAÑÍA. ESTO LE PERMITIRÁ NO SÓLO AVANZAR EN EL CUIDADO Y LA DISMINUCIÓN DE IMPACTOS SINO TAMBIÉN POSICIONARSE COMO REFERENTE EN GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN CHILE.

LOS TRES OBJETIVOS DE VISIÓN MEDIOAMBIENTAL SON: DISMINUIR LA GENERACIÓN DE GASES EFECTO INVERNADERO (GEI) EN UN 20%, INCREMENTAR LA VALORIZACIÓN DE LOS RESIDUOS INDUSTRIALES A 100% Y DISMINUIR EL CONSUMO DEL RECURSO HÍDRICO EN UN 33%.

ADEMÁS, HAY OCHO PRIORIDADES REFERIDAS AL AGUA, AGRICULTURA Y PROVEEDORES, ENERGÍA, RESIDUOS INDUSTRIALES, LOGÍSTICA Y COMERCIALIZACIÓN, RESPONSABILIDAD EXTENDIDA DEL PRODUCTOR, COMPENSACIÓN DE CO₂E Y SEGURIDAD Y SALUD LABORAL.

DMA MA

COBERTURA: LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN EL CAPÍTULO DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL CORRESPONDE A LOS VALORES RESULTANTES DE LAS OPERACIONES INDUSTRIALES DE CCU EN CHILE, INCLUYENDO EL TRANSPORTE Y LA DISTRIBUCIÓN OPERADA POR TCCU. POR LO TANTO LOS VALORES REPORTADOS Y LOS INDICADORES DE LOS GRÁFICOS NO SON COMPARABLES CON LOS REPORTADOS AÑOS ANTERIORES, YA QUE INCLUÍAN LAS OPERACIONES EN ARGENTINA.

Objetivo Clave 1: Emisiones GEI (Alcance 1 + 2)

REDUCIR NUESTROS INDICADORES DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI) EN SUS ALCANCES 1 Y 2 EN 20% PARA EL AÑO 2020, CONSIDERANDO LA LÍNEA BASE DEL AÑO 2010.

Emisiones GEI Alcance 1+2



- (1) Estas cifras corresponden a las operaciones de CCU en Chile.
(2) hl equivalente considera las producciones de las áreas de elaboración y envasado.

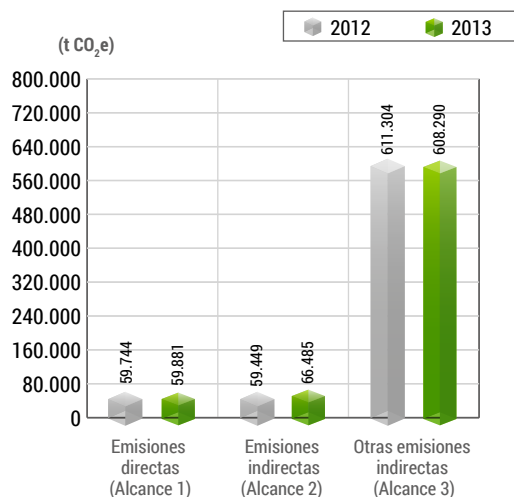
Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

EN16 EN17 EN18 EN19 EN20 EN29

La mayoría de las emisiones de CO₂e de CCU se originan en las actividades clasificadas como Alcance 3. Incluye, por ejemplo, la producción de materiales y servicios utilizados por CCU, así como la disposición final de los residuos.

Emisiones Totales Directas e Indirectas

Operaciones en Chile



Aproximadamente la mitad del total de emisiones CO₂e de la Compañía corresponden a las actividades industriales de Cervecería CCU Chile y ECCUSA. Transportes CCU y Grupo San Pedro Tarapacá son la fuente de 30% de las emisiones totales.

Emisiones que afectan la capa de Ozono

Las emisiones Alcance 1 incluyen emisiones fugitivas de sustancias refrigerantes utilizadas en los equipos de refrigeración industrial y la climatización de oficinas en las plantas productoras. Durante el año 2013 se estiman en 957 tCO₂e. Las sustancias refrigerantes utilizadas en los procesos mencionados corresponden a gases del tipo HCFC y HFC. Los equipos refrigerantes que están en poder de los clientes no están contabilizados en el presente reporte.

Otras emisiones significativas al aire EN20

Las emisiones Alcance 1 incluyen también las emisiones de NO_x y SO_x generadas a partir del consumo de combustibles en los distintos procesos industriales. Las emisiones netas NO_x, SO_x presentaron una reducción respecto del año 2012.

Emisiones	2012	2013
kgNO _x /año	112.340	101.642
kgSO _x /año	104.224	100.121

Emisiones Alcance 3

Dentro del Alcance 3, los principales aportes a las emisiones están relacionados con la producción de materias primas y materiales de fabricación (botellas PET, latas de aluminio, azúcar granulada, arroz cervecero, botellas de vidrio, cebada malteada, entre otros). En segundo lugar, con el transporte de productos terminados.

Distribución de las Emisiones Indirectas (Alcance 3)

Categoría	2013	
	[t CO ₂ e]	[%]
Vehículos ⁽¹⁾ y maquinaria móvil	112.233	18,45%
Transporte de personal	14.102	2,32%
Viajes de negocios	964	0,16%
Transporte terrestre de MP+MF ⁽²⁾	20.502	3,37%
Transporte marítimo de MP+MF ⁽²⁾	9.367	1,54%
Producción de materiales de fabricación	265.526	43,65%
Producción de materias primas	185.596	30,51%
Total	608.290	100%

- (1) Corresponde a las emisiones de Transportes CCU, transporte y distribución de productos terminados y exportaciones de VSPT.
(2) MP + MF: Materias Primas y materiales de Fabricación



Iniciativas para la reducción de emisiones

De acuerdo al Objetivo Clave 1, la reducción de emisiones de CO₂e está entre las prioridades medioambientales de la Compañía. Las iniciativas más significativas durante 2013 estuvieron en:

- **ECCUSA:** reemplazó el uso de Gas Licuado de Petróleo (GPL) por Gas Natural (GN) en planta Santiago.
- **Cervecera CCU Chile:** desarrolló un programa de eficiencia energética, donde destaca la aislación térmica de tuberías y calderas.

Otras iniciativas realizadas en distintas Unidades de la Compañía:

- **Grupo San Pedro Tarapacá:** con la consolidación de las operaciones de las bodegas Viña Mar, Casa Rivas, Misiones de Rengo, y Viña Leyda en Viña Tarapacá, generó un efecto sinérgico que optimizó sus procesos. Para calefaccionar la bodega de barricas en VSPT, implementó un sistema que permite reutilizar la energía térmica generada por los compresores de aire.
 - **Cervecera CCU Chile:** substituyó sus luminarias por unas más eficientes e instaló sensores de movimientos en luminarias de pasillos.
- **Compañía Pisquera de Chile:** en forma diaria realiza un estricto control de los consumos de petróleo y gas, con el objetivo de detectar posibles desviaciones y generar correcciones inmediatas.
- **Aguas CCU-Nestlé:** implementó duchas con paneles solares en Planta Coinco.

Consumo de energía

EN3 EN4 EN5 EN6 EN7

En línea con la Visión Medioambiental 2020, CCU promueve y orienta a sus Unidades a la disminución del consumo de energía, tanto térmica (directa) como eléctrica (indirecta). Con este objetivo se optimizan los procesos productivos de forma constante, y se propicia el uso de combustibles con menor impacto en el medioambiente.

El consumo total de fuentes térmicas en MJ registró un aumento de 3,4% con respecto a 2012. No obstante, se redujo el consumo de Gas Licuado Petróleo (GLP) y aumentó la participación de Gas Natural en la matriz energética de CCU, de un 36% a un 54% en 2013. Esto se debió al cambio de combustible implementado en ECCUSA.

Consumo de Combustible 2012 (Alcance 1)

Consumo de Energéticos o Combustibles por Fuentes Primarias			Consumo 2012	Energía 2012 [MJ]	Distribución [%]
Generación de Vapor (Calderas)	Gas Natural	[l]	10.513.493.163	353.253.370	36,43
	Biogas	[l]	304.350.000	10.737.468	1,11
	GLP (gas licuado petróleo)	[l]	9.496.383	242.556.615	25,01
	Diesel	[l]	238.370	8.609.924	0,89
	Petróleo 6	[l]	2.918.033	110.815.221	11,43
	Carboncillo	[kg]	613.680	15.832.944	1,63
	Leña	[kg]	6.818.300	106.365.480	10,97
Casinos - Baños	GLP	[l]	400.803	10.237.310	1,06
Grúas	GLP (productoras)	[l]	508.355	12.984.403	1,34
	GLP (centros de distribución TCCU)	[l]	3.103.712	79.275.012	8,17
Generación de EE (respaldo)	Diesel	[l]	57.027	2.059.815	0,21
	Petróleo 6	[l]	41.054	1.559.067	0,16
Vehículos	Gasolina	[l]	213.922	7.012.791	0,72
	Diesel	[l]	235.222	8.496.219	0,88
Total				969.795.639	100

Consumo de Combustible 2013 (Alcance 1)

Consumo de Energéticos o Combustibles por Fuentes Primarias			Consumo 2013	Energía 2013 [MJ]	Distribución [%]
Generación de Vapor (Calderas)	Gas Natural	[l]	16.058.549.315	539.567.257	53,83%
	Biogas	[l]	257.012.000	9.067.383	0,90%
	GLP (gas licuado petróleo)	[l]	3.359.946	85.819.741	8,56%
	Diesel	[l]	446.271	16.119.309	1,61%
	Petróleo 6	[l]	2.774.931	105.380.780	10,51%
	Carboncillo	[kg]	584.890	15.090.162	1,51%
	Leña	[kg]	7.276.519	113.513.696	11,32%
Casinos - Baños	GLP	[l]	438.836	11.208.749	1,12%
	Gas Natural	[l]	15.633.360	525.281	0,05%
Grúas	GLP (productoras)	[l]	512.593	13.092.650	1,31%
	GLP (centros de distribución TCCU)	[l]	2.895.073	73.945.955	7,38%
Generación de EE (respaldo)	Diesel	[l]	60.133	2.172.004	0,22%
Vehículos	Gasolina	[l]	210.308	6.894.317	0,69%
	Diesel	[l]	275.472	9.950.049	0,99%
Total				1.002.347.333	100

El consumo específico de energía térmica disminuyó un 1,2% (2012: 57,10 MJ/hl; 2013 56,39 MJ/hl equivalentes).



Ahorro de Energía Térmica

Los ahorros de energía térmica reportados corresponden a la energía que se dejó de utilizar en las distintas Unidades de la Compañía, considerando el indicador de consumo específico de energía térmica (MJ/hl equivalente) del año anterior.

	2012	2013
Ahorro [MJ]	52.440.451	50.166.284

De la misma forma se evidencia un ahorro en energía eléctrica, resultante de la disminución del indicador de consumo específico en algunas Unidades.

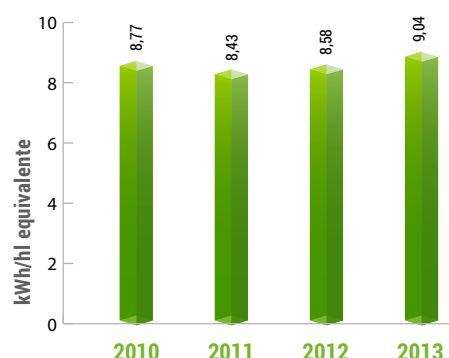
	2012	2013
Ahorro [MJ]	5.593.732	1.655.941

Los esfuerzos de ahorro relacionados con optimizaciones operacionales y el aumento en la producción lograron que el indicador ponderado de energía directa (MJ/hl equivalente) mantenga la tendencia a la baja que ha tenido en los últimos años

Consumo de Energía Térmica ponderado



Consumo de Energía Eléctrica ponderado



Por su parte, la Energía Eléctrica adquirida (indirecta) proviene principalmente de los distribuidores del Sistema Interconectado Central. La energía autogenerada proviene de grupos electrógenos de respaldo.

Consumo Indirecto de Energía

Consumo Energía Eléctrica	2012		2013	
	[kWh]	[MJ]	[kWh]	[MJ]
Adquirida (productoras)	149.455.869	538.041.128	166.938.932	600.980.155
Adquirida (centros de distribución TCCU)	654.658	2.356.769	12.337.533	44.415.119
Total adquirida	150.110.527	540.397.897	179.276.465	645.395.274
Autogenerada	494.241	1.779.268	522.510	1.881.036
% Generación	0,33%		0,29%	

Consumo de Energía Eléctrica ponderado

El consumo ponderado de energía eléctrica, por su parte, también ha registrado alzas durante los dos últimos años. El incremento de consumo de energía eléctrica 2013 se debió principalmente a:

- **Cervecería CCU Chile:** Realizó testeo y puesta en marcha de la nueva Sala de Máquina en Santiago, y de nuevos equipos en la línea N° 5 en Santiago. Además, la ampliación de la Planta y el Centro de Distribución ubicados en Temuco ocasionó intermitencia en la producción, impidiendo

mantener los consumos habituales de una operación en régimen.

- **Plasco:** El proveedor corrigió un problema que presentaban los medidores de energía eléctrica instalados en la planta. Una vez ajustadas las desviaciones, el consumo medido aumentó respecto del 2012.
- **Grupo San Pedro Tarapacá:** Incorporó nuevos procesos de producción y almacenamiento de vinos que demandan un mayor consumo de refrigeración (aireadores Planta Riles, centrífuga, filtración tangencial, climatización bodegas).

Objetivo Clave 2: Valorización de Residuos Industriales Sólidos

INCREMENTAR LA VALORIZACIÓN DE RESIDUOS INDUSTRIALES A 100% PARA EL AÑO 2020, CONSIDERANDO LA LÍNEA BASE DE 2010.



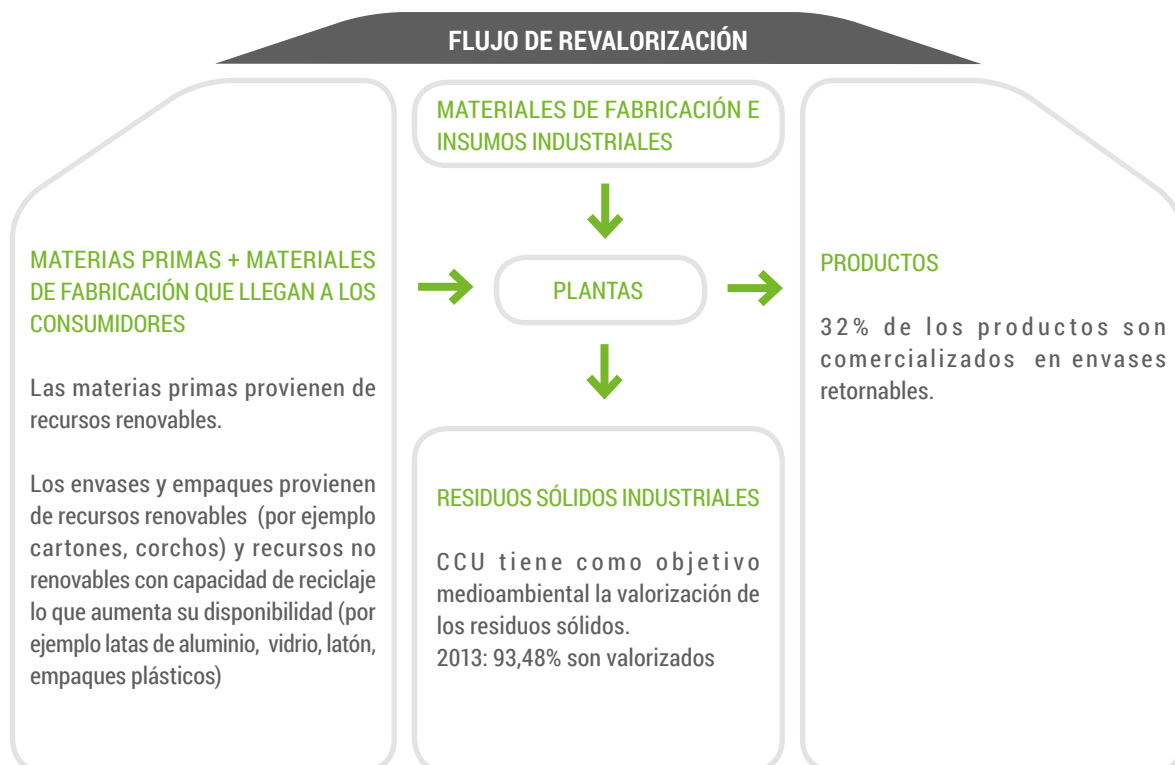
Flujo de Revalorización

Insumos de producción **EN1** **EN2** **EN27**

Entre los insumos que ingresan a la producción de CCU se distinguen las materias primas, nombre para referirse a los componentes del producto que son ingeridos por los consumidores, y los materiales de fabricación, que corresponden a los componentes no ingeridos como envases y empaques.

El 93,48% de los residuos generados por la Compañía son revalorizados, es decir, se convierten en insumos de nuevas cadenas de valor.

Algunas materias primas usadas para la producción de bebidas alcohólicas representan los mayores volúmenes, como la uva, el vino y la cebada malteada.





Principales Materias Primas

Principales Materias Primas	Unidad	2012	2013
		Total	Total
Sólidos	[kg]	302.576.281	318.203.446
Líquidos	[l]	101.252.234	83.793.125
Gases	[kg]	19.508.300	23.828.284

Principales Materiales de Fabricación

El principal material de fabricación corresponde al vidrio, seguido de resinas de PET, ambos materiales utilizados en los envases de los productos. El aumento de consumo de vidrio del año 2013 respecto del año anterior estuvo motivado por nuevos desarrollos de envases.

Principales Materiales de Fabricación

Principales Materiales de Fabricación (EN1)	Unidad	2012	2013
		Total	Total
Vidrio	[kg]	79.102.280	100.648.000
Plástico	[kg]	26.124.970	28.733.154
Metal	[kg]	9.078.258	10.654.042
Cartones	[kg]	12.824.523	13.580.154
Otros	[kg]	1.408.102	1.364.069



Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados

De la producción envasada de bebestibles en Chile, correspondiente a 16.020.404 hl, el 32% es comercializado en empaques retornables (vidrio retornable, PRB, Bidones, KEG, Granel) que vuelven al proceso productivo de CCU. Estos son recuperados por CCU a través de Transportes CCU, empresa de transporte y distribución responsable de entregar los pedidos a los clientes y recuperar los envases.

El otro 68% es comercializado en envases no retornables compuestos de materiales reciclables. Un 54% de estos empaques corresponde a vidrio, material para el cual en Chile existen estructuras formales de reciclaje. En el futuro se espera que la gestión de estos envases se enmarque en la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor, en tramitación, a la que la Compañía adhiere (ver detalles en Dimensión Social).

Generación, tratamiento y valorización de residuos

EN22 EN24

Los Residuos Industriales Sólidos (RISES) corresponden a los residuos resultantes del proceso productivo. Con 89.658 toneladas al año, el principal residuo es el orujo cervecero, que se destina como alimento bovino. Los otros corresponden a botellas de vidrio que se quiebran en el proceso de envasado, materiales de empaque de materias primas y/o mermas de producción (cartones y plásticos).

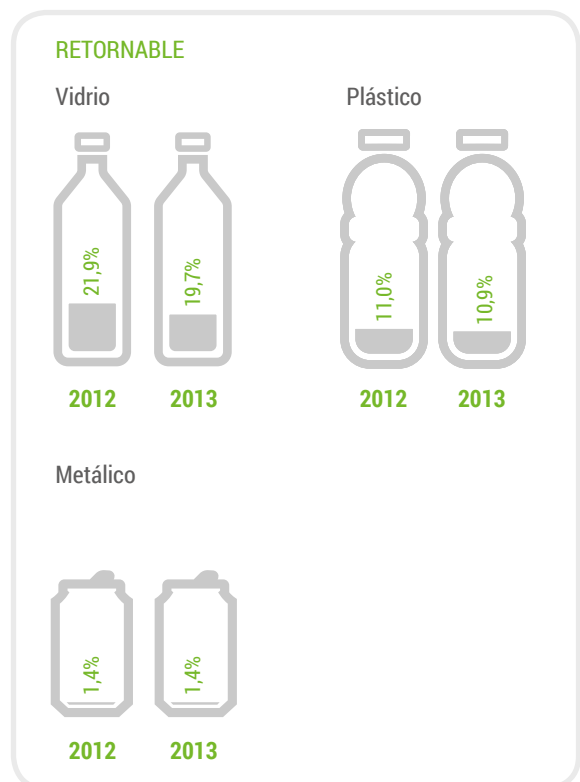
Los residuos peligrosos, que corresponden principalmente a aceites lubricantes usados, son declarados en el Sistema de Declaración y Seguimiento de Residuos Peligrosos (SIDREP) y entregados a empresas debidamente autorizadas para su

-antes del diagrama de las botellas, poner el siguiente título: Porcentaje de volumen envasado por tipo de envase retornable

Residuos Generados

Ninguna planta de CCU S.A. genera residuos que sean transportados fuera del país.

Porcentaje de volumen envasado por tipo de envase no retornable







NO RETORNABLE

Vidrio



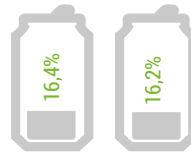
2012 2013

Plástico



2012 2013

Metálico



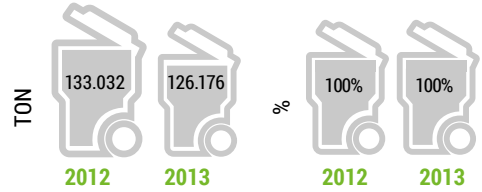
2012 2013

Otros (B&B, Tetra)

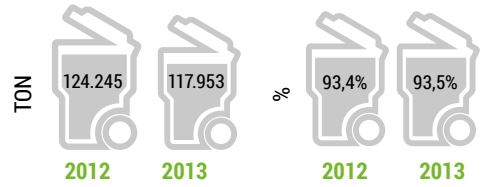


2012 2013

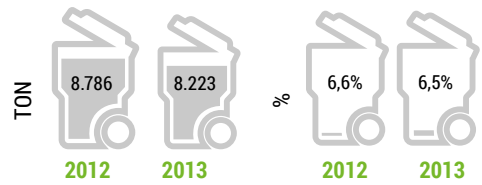
RISES totales



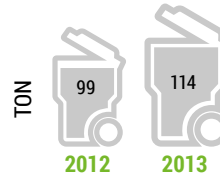
RISES valorizados



RISES no valorizados



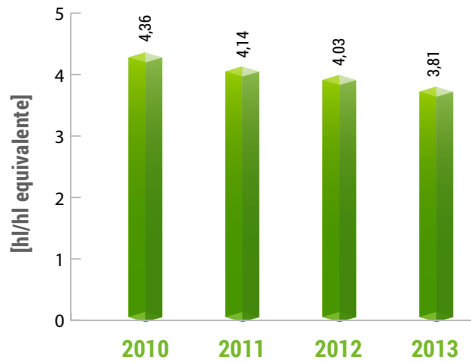
Peso de los residuos peligrosos



Objetivo Clave 3: Consumo Ponderado de Agua (hl/hl)

Reducción del consumo específico de agua en los procesos industriales (hl de agua consumida/hl equivalente) en un 33% para el año 2020, considerando el consumo del año 2010 como línea base.

Consumo ponderado de agua

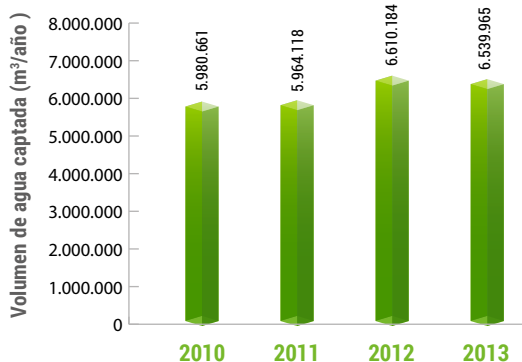


Captación, reutilización y disposición de agua

EN8 EN9 EN10 EN21 EN24

El agua es la principal materia prima de todas las operaciones de CCU. Por esta razón, es esencial para la sustentabilidad de la Compañía promover un uso más eficiente y racional de este recurso.

En 2013 se logró mantener la tendencia a la baja registrada desde que se mide el consumo de agua por producto. La captación total de agua disminuyó en 1,1%. Esto se logró gracias al trabajo conjunto de las Unidades que constantemente se preocupan por la optimización de este recurso.



Captación de Agua por año

La principal fuente de agua utilizada en los procesos industriales de CCU corresponde a pozos profundos (88,0%). Para ello, las Plantas Productivas hacen uso de los derechos otorgados por la Dirección General de Aguas, que permiten obtener agua de napas subterráneas por medio de pozos que son propiedad de la Compañía.

Es preciso destacar que no existe evidencia que estas captaciones afecten los niveles freáticos, la disponibilidad de agua para el consumo de las comunidades o cualquier otra alteración de la capacidad del ecosistema para desarrollar sus funciones.

Consumo de Agua por fuente (%)





Las aguas captadas de pozos profundos utilizadas en el proceso productivo posteriormente son tratadas y reutilizadas en el riego de predios. De esta forma se aportan a la disponibilidad de agua superficial.

La IV región ha estado afectada por una fuerte sequía los últimos años. Las plantas CPCh ubicadas en esta región hacen grandes esfuerzos por maximizar el uso del recurso.

Agua captada en pozos profundos

	[M3]
Plantas producción bebidas alcohólicas	3.489.296
Plantas producción bebida sin alcohol	2.262.760
Total	5.752.056

A nivel de Compañía, el agua reciclada alcanza el 4,1%, equivalente a 268.757 m³, proveniente de procesos de tratamiento en las plantas de Antofagasta (ECCUSA), Ovalle (CPCh), Molina y Lontué (VSPT). Los volúmenes reciclados se utilizan en el riego de jardines y predios.

Vertimiento total de aguas residuales según su naturaleza y destino EN21

Los Riles son descargados principalmente (83,2%) en las redes de alcantarillado de las empresas sanitarias y tratados en sus plantas de tratamiento. El 15,5% es tratado en plantas de tratamiento propias y para posteriormente descargado en cursos superficiales de agua (14,8%) o es utilizado en el riego de predios y jardines (0,7%). El 1,3% restante es sometido a otros procesos de tratamiento como evaporación forzada e infiltración.



Distribución de RILES por tipo de tratamiento 2013

Tratamiento	Volumen RIL (m³)	%	Ejecutor	Destino
Aerobio	3.622.052	75,3%	Sanitaria	Cursos superficiales de Agua
	35.803	0,7%	Interno	Riego interno
	98.064	2,0%	Interno	Emisario Sanitaria
	249.024	5,2%	Interno	Descarga a la Sanitaria
	191.683	4,0%	Interno	Cursos superficiales de Agua
Físico Químico	176.603	3,7%	Interno	Cursos superficiales de Agua
	49.517	1,0%	Interno	Infiltración
Mixto anaerobio y aerobio	345.134	7,2%	Interno	Cursos superficiales de Agua
Sin tratamiento	33.680	0,7%	Sanitaria	Emisario Sanitaria
Evaporación forzada	11.424	0,2%	Interno	No aplica
Total	4.812.983	100%		

Distribución de RILES por Unidad

Plantas producción bebidas alcohólicas	61,1%
Plantas producción bebidas sin alcohol	38,9%
Total	100%



Inversión Medioambiental EN26 EN30

La planificación en temas de medioambiente de CCU responde a la mitigación de tres tipos de impactos principales, derivados del uso de agua para procesos industriales, el consumo de energías y el uso de materiales y generación de residuos. Los objetivos de la Visión Medioambiental 2020 están alineados con esta evaluación.

Para llevarla a la práctica, todas las Unidades de CCU siguen una agenda anual, que incluye proyectos de inversión para alcanzar gradualmente las metas que plantea la Visión Medioambiental. En conjunto, los principales gastos medioambientales de las Unidades Industriales ascendieron a M\$3.407.538.

Gastos RILES	50,7%	Mantenimiento y control de las plantas de tratamiento de Residuos Industriales Líquidos (RILES)
Gastos RISES	31,9%	Manejo y disposición de Residuos Industriales Sólidos (RISES), incluyendo peligrosos (ResPel) y residuos reciclables cuya disposición final no corresponde a un relleno sanitario.
Gastos Emisiones Gaseosas	1,8%	Calibraciones y verificaciones de los instrumentos de control y operación de fuentes fijas de emisiones gaseosas industriales (principalmente calderas industriales y generadores de energía eléctrica).
Otros gastos Ambientales	15,6%	Verificación y cumplimiento de los sistemas de gestión ISO 22.000 Inocuidad de Alimentos, ISO 14.000 Gestión Ambiental y OHSAS 18.000 Seguridad y Salud Laboral.



Indicadores GRI

CCP

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
Estrategia y Análisis				
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	"Declaración de apoyo continuo al Pacto Global."	Carta del GG	4
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.		Carta del GG	4
Perfil de la Organización				
2.1	Nombre de la organización.	"Requisito no específico de una CoP. Es relevante como información de contexto."	Perfil Corporativo	8
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.		Perfil Corporativo	10
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).		Perfil Corporativo	9
2.4	Localización de la sede principal de la organización.		Acerca de este Informe	26
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.		Perfil Corporativo	8
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.		Perfil Corporativo	9
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).		Perfil Corporativo, Dimensión Social	8 - 39 - 54
2.8	"Dimensiones de la organización informante, incluido: • Número de empleados. • Ventas netas (para organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para organizaciones del sector público). • Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio."		Perfil Corporativo	8
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización		Dimensión Económica	35
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.		Perfil Corporativo	23
Parámetros del Informe				
3.1	Período cubierto por la información contenida en la memoria.	"Requisito no específico de una CoP. Es relevante como información de contexto."	Acerca de este Informe	26
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).		Acerca de este Informe	26
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).		Acerca de este Informe	26
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.		Acerca de este Informe	27

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
Índice del Contenido GRI				
3.5	<p>“Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de la materialidad. • Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria. • Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria.” 	“Requisito no específico de una CoP. Es relevante como información de contexto.”	Acerca de este Informe	29
3.6	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).		Acerca de este Informe	26
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.		Acerca de este Informe	26
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.		Acerca de este Informe	26
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.		Acerca de este Informe	26
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos).		Acerca de este Informe	26
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.		Acerca de este Informe	26
Índice del Contenido GRI				
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en el informe. Identifica los números de página o enlaces web donde se puede encontrar la información requerida por la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative.	“Requisito no específico de una CoP. Es relevante como información de contexto.”	Tabla GRI	86
Verificación				
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente.	“Requisito no específico de una CoP. Es relevante como información de contexto.”	Acerca de este Informe	26

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
Gobierno, Compromiso y Participación de los Grupos de Interés				
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	Principios 1-10.	Perfil Corporativo	13
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.		Perfil Corporativo	13
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.		Perfil Corporativo	13
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.		Perfil Corporativo	15
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).		Perfil Corporativo	13
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.		Perfil Corporativo	15
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.		Perfil Corporativo	13
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.		Perfil Corporativo	11 - 15
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento		Perfil Corporativo	13
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.		CCU no cuenta con herramientas de evaluación del directorio.	
Compromiso con Iniciativas Externas				
4.11	“Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. El Artículo 15 de los Principios de Río introdujo el enfoque de precaución. Una respuesta al apartado 4.11 podrá incluir el enfoque de la organización en materia	Principio 7.	Dimensión Social	57

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Principios 1-10.	Perfil Corporativo	20
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización participe.		Perfil Corporativo	21
Participación de los Grupos de Interés				
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Distribución de la CoP entre los grupos de interés de la empresa.	Acerca de este Informe	26
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.		Acerca de este Informe	26
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.		Acerca de este Informe	26
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.		Acerca de este Informe	31
DESEMPEÑO ECONÓMICO				
DMA	Enfoque económico	Principios 1, 4, 6 y 7.	Dimensión Económica	34
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	"Requisito no específico de una CoP."	No material	
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Principio 7.	No material	
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	"Requisito no específico de una CoP."	No material	
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.		Dimensión Económica	39
Presencia en el Mercado				
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Principio 1.	Dimensión Social	53
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	"Requisito no específico de una CoP."	Dimensión Social	65
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Principio 6.	Dimensión Social	53

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
Impacto Económico Indirecto				
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	"Requisito no específico de una CoP."	Dimensión Social	61
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el Acerca de este Informe de dichos impactos.		Dimensión Social	54
DESEMPEÑO AMBIENTAL				
DMA	Enfoque de Gestión Ambiental (DMA)	Principios 7, 8 y 9.	Dimensión Medioambiental	72
Materiales				
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Principio 8.	Dimensión Medioambiental	79
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reutilizados.	Principios 8 y 9.	Dimensión Medioambiental	78
Energía				
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Principio 8.	Dimensión Medioambiental	75
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.		Dimensión Medioambiental	75
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Principios 8 y 9.	Dimensión Medioambiental	75
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.		Dimensión Medioambiental	75
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.		Dimensión Medioambiental	75
Agua				
EN8	Captación total de agua por fuentes.	Principio 8.	Dimensión Medioambiental	83
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.		Dimensión Medioambiental	83
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Principios 8 y 9.	Dimensión Medioambiental	83

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
Biodiversidad				
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Principio 8.	CCU no tiene instalaciones ni operaciones en terrenos ubicados en o adyacentes a espacios naturales protegidos o de alta biodiversidad.	
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.		No aplica	
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.		No aplica	
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.		No aplica	
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.		No aplica	
Emisiones, Vertidos y Residuos				
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	Principio 8.	Dimensión Medioambiental	73
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.		Dimensión Medioambiental	73
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Principios 7, 8 y 9.	Dimensión Medioambiental	73
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Principio 8.	Dimensión Medioambiental	73
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.		Dimensión Medioambiental	73

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Principio 8.	Dimensión Medioambiental	83
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.		Dimensión Medioambiental	80
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.		Durante 2013 no se evidenciaron derrames accidentales de productos terminados o semielaborados en las plantas industriales.	
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.		Dimensión Medioambiental	80
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.		No material	
Productos y servicios				
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Principios 7, 8 y 9.	Dimensión Medioambiental	85
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	Principios 8 y 9.	Dimensión Medioambiental	78
Cumplimiento Normativo				
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Principio 8.	No material	
Transporte				
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Principio 8.	Dimensión Medioambiental	73
General				
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Principios 7, 8 y 9.	Dimensión Medioambiental	85
PRÁCTICAS LABORALES Y DESEMPEÑO EN EL TRABAJO				
DMA	Enfoque de Gestión Prácticas Laborales y Trabajo Decente (DMA)	Principios 1, 3 y 6.		42

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
Empleo				
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	"Requisito no específico de una CoP."	Dimensión Social	43
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Principio 6.	Dimensión Social	44
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	"Requisito no específico de una CoP."	Dimensión Social	45
Relaciones entre Empresa y Trabajadores				
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Principios 1 y 3.	Dimensión Social	45
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Principio 3.	En CCU no existe un plazo específico para realizar las comunicaciones de cambios organizacionales, sin embargo existe un canal permanente, que semanalmente realiza comunicados respecto de los cambios realizados tanto en la Matriz como en cada UEN/UES.	
Salud y Seguridad en el Trabajo				
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	Principio 1.	Dimensión Social	47
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.		Dimensión Social	47
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves .		Dimensión Social	47
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.		Dimensión Social	47
Formación y Educación				
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	"Requisito no específico de una CoP."	Dimensión Social	51

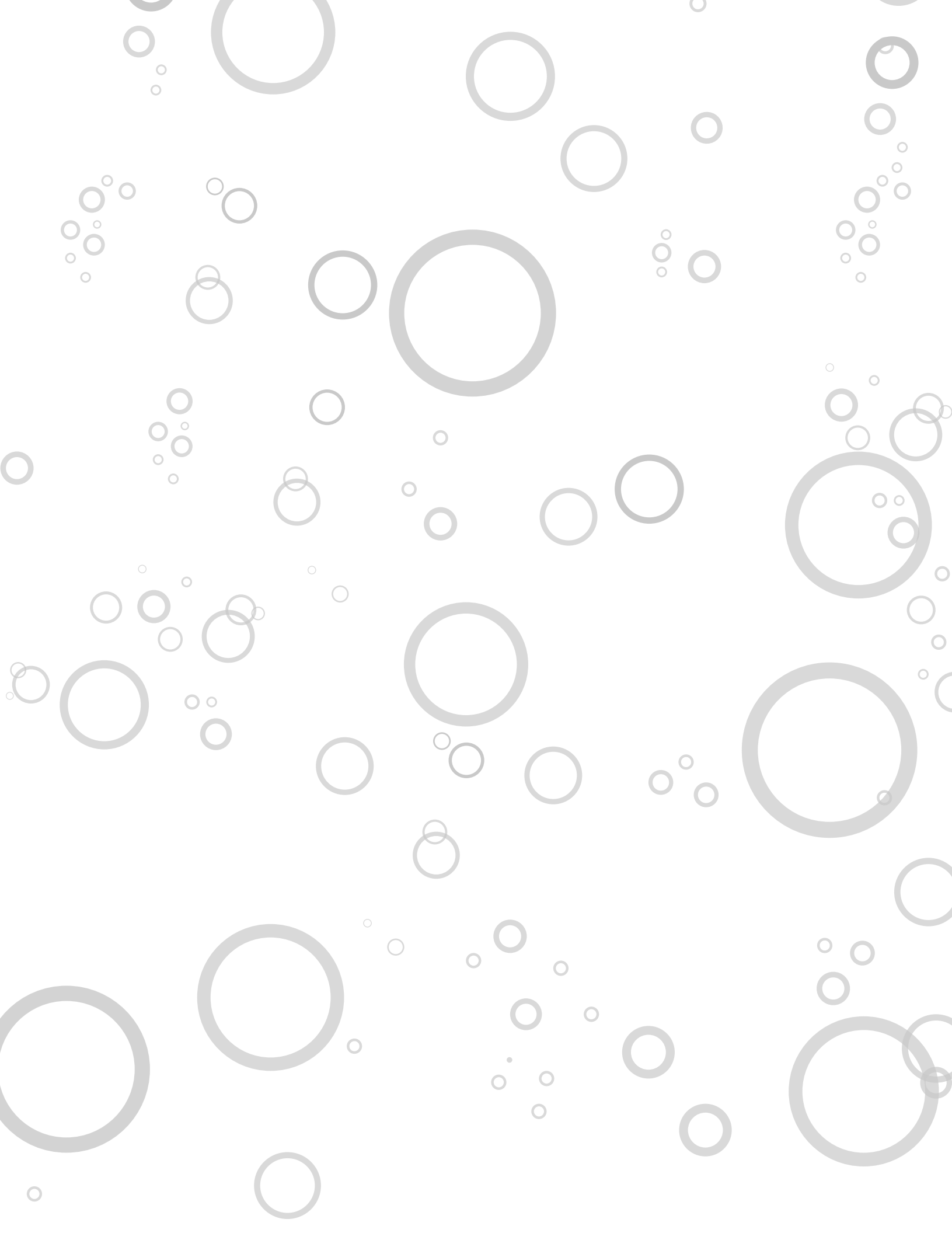
Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	"Requisito no específico de una CoP."	Dimensión Social	51
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.		Dimensión Social	51
Diversidad e Igualdad de Oportunidad				
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Principios 1 y 6.	Dimensión Social	43
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.		Dimensión Social	53
LA15	Retorno al trabajo y porcentajes de retención después del permiso de maternidad y paternidad, por género.		Dimensión Social	45
DERECHOS HUMANOS				
DMA	Enfoque de Gestión Derechos Humanos (DMA)	Principios 1 - 6.		42
Prácticas de Inversión y Abastecimiento				
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Principios 1 - 6.	Dimensión Social	65
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.		CCU cuenta con una Política de Abastecimiento que incorpora cláusulas de respeto a los derechos humanos. Sin embargo, no existen mecanismos de análisis o supervisión en esta materia.	
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.		No material	
No Discriminación				
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Principios 1, 2 y 6.	Perfil Corporativo	16

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos				
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Principios 1, 2 y 3.	Dimensión Social	45
Trabajo Infantil				
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Principios 1, 2 y 5.	No material	
Trabajos Forzados				
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Principios 1, 2 y 4.	No material	
Prácticas de Seguridad				
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Principios 1 y 2.	No material	
Derechos Indígenas				
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Principios 1 y 2.	No material	
Evaluación				
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que ha sido objeto de análisis en derechos humanos o la medición de los impactos en ellos.	"Requisito no específico de una CoP."	No material	
Medidas Correctivas				
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que fueron presentadas, abordadas y resueltas según mecanismos formales de quejas.	"Requisito no específico de una CoP."	No material	
DESEMPEÑO DE SOCIEDAD				
DMA	Enfoque de Gestión Social (DMA)	Principio 10.	Dimensión Social	42
Comunidad				
SO1	Naturaleza, Acerca de este Informe y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa	"Requisito no específico de una CoP."	No material	

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
Corrupción				
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Principio 10.	Perfil Corporativo	16
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.		Dentro de los contenidos de la Inducción Corporativa de CCU se incluyen indicaciones sobre anticorrupción. Además, durante 2013 se realizaron ocho capacitaciones sobre el Modelo de Prevención de Delitos para el área de ventas (gerentes y subgerentes).	
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.		Perfil Corporativo	16
Política Pública				
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Principio 10.	Dimensión Social	68
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.		No material	
Comportamiento de Competencia Desleal				
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	"Requisito no específico de una CoP."	Existe un proceso iniciado ante el Tribunal de Libre Competencia por requerimiento de la Fiscalía Nacional Económica referida a la mantención de registros marcarios en Chile.	
Cumplimiento Normativo				
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	"Requisito no específico de una CoP."	No material	
S09	Operaciones con impactos negativos significativos, potenciales o actuales en las comunidades locales		No material	
S010	Prevención y medidas de mitigación implementados en operaciones con impactos negativos significativos potenciales o actuales en las comunidades locales.		No material	
DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO				
DMA	Enfoque de Gestión Responsabilidad del Producto (DMA)	Principios 1 y 8.		42

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
Salud y Seguridad del Cliente				
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Principio 1.	Dimensión Social	57
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		Dimensión Social	57
Etiquetado de Productos y Servicios				
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Principio 8.	Dimensión Social	65
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		Dimensión Social	57 - 69
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	"Requisito no específico de una CoP."	Dimensión Social	54
Comunicaciones de Marketing				
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	"Requisito no específico de una CoP."	Dimensión Social	57 - 65
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		Dimensión Social	57
Privacidad del Cliente				
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Principio 1.	No material	
Cumplimiento Normativo				
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización	"Requisito no específico de una CoP."	No material	

Indicador GRI	Descripción	Pacto Global	Capítulo	Páginas
SUPLEMENTO DE INDUSTRIA PROCESADORA DE ALIMENTOS				
FP1	Porcentaje del volumen de compra a proveedores cumplen con la política de contratación de la empresa.	"Requisito no específico de una CoP."	Dimensión Social	66
FP2	Porcentaje del volumen de compra que se verifica que están de acuerdo con certificaciones de producción responsables creíbles e internacionales reconocidas, desglosadas por estándar.		Actualmente no se cuenta con un mecanismo de levantamiento de esta información.	
FP3	Porcentaje de tiempo de trabajo perdido debido a conflictos de la industria, huelgas y/o bloqueos.		Dimensión Social	45
FP4	Naturaleza, Acerca de este Informe y efectividad de programas y prácticas (contribuciones en especie, iniciativas de voluntariado, transferencia de conocimiento, alianzas y desarrollo de productos) que promueven el acceso a los estilos de vida saludables, la prevención de las enfermedades crónicas, el acceso a alimentos sanos, nutritivos y asequibles, y la mejora del bienestar de las comunidades necesitadas.		Dimensión Social	62
FP5	Porcentaje del volumen de producción manufacturada en sitios certificados por un tercero independiente de acuerdo con las normas internacionalmente reconocidas de seguridad alimentaria sistema de gestión.		Dimensión Social	59
FP6	Porcentaje del volumen total de ventas de productos de consumo, por categoría de producto, que se bajan en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares agregados.		Dimensión Social	59
FP7	Porcentaje del volumen total de ventas de productos de consumo, por categorías de productos, que contienen ingredientes nutritivos como el aumento de fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos o aditivos de los alimentos funcionales.		Dimensión Social	59
FP8	Políticas y prácticas de comunicación a los consumidores sobre los ingredientes y la información nutricional más allá de los requisitos legales.		Dimensión Social	65
FP9	Porcentaje y total de animales criados y / o procesados, por especie y tipo de la raza.		No aplica	
FP10	Políticas y prácticas, por especie y tipo de la raza, en relación con las alteraciones físicas y el uso de anestesia.		No aplica	
FP11	Porcentaje y total de animales criados y / o procesados, por especie y tipo de la raza, por tipo de corral.		No aplica	
FP12	Políticas y prácticas sobre los antibióticos, antiinflamatorios, hormonas, y / o tratamientos para estimular el crecimiento, por especie y tipo de la raza.		No aplica	
FP13	Número total de incidentes de incumplimiento de las leyes y reglamentos, y el cumplimiento de las normas voluntarias relacionadas con las prácticas de transporte, manipulación, y la masacre de animales vivos terrestres y acuáticos.		No aplica	





WWW.CCU.CL

