Un mundo
de sabores
CCU

Informe de Sustentabilidad **2015**

Índice

Carta del Gerente General 04

Proceso de Construcción 06

1. Perfil de la Compañía 10

2. Visión Estratégica 22

3. Trabajadores 36

4. Clientes y Consumidores 52

5. Proveedores 58

6. Comunidad 64

7. Medio Ambiente 70

Indicadores GRI 84

Carta del Gerente General

BIENVENIDOS (G4-1)

Les doy la bienvenida y los invito a revisar una nueva edición de nuestro Informe de Sustentabilidad CCU. En esta undécima entrega reflejamos los hitos de 2015 y damos cuenta de la gestión social, económica y medioambiental de la Compañía.

Este informe es una herramienta que muestra nuestro continuo compromiso con la sustentabilidad como también con los Diez Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas. En CCU buscamos, año a año, velar por nuestros grupos de interés. Esto se traduce en acciones concretas para elaborar productos de excelencia, en un contexto en el que promovemos un estilo de vida saludable, tanto para la sociedad como para nuestros colaboradores.

En CCU estamos comprometidos con nuestros Valores Corporativos Internos: Excelencia, Empoderamiento y Generosidad. Estos principios nacen de nuestra Misión y nos permiten guiar nuestro accionar en pos de lograr una mejora continua en todo el ámbito de nuestras actividades, para alcanzar el bien de nuestros distintos grupos de interés. A ello se suman diversas iniciativas que nos han permitido instaurar una cultura de seguridad en la Compañía, a través de la ejecución de programas, metodologías y capacitaciones.

Lo realizado en 2015 nos debe enorgullecer como Compañía. Celebramos importantes logros en la consecución de nuestros objetivos comerciales, de relación con la comunidad y medioambientales, gracias a la implementación de actividades que nos permitieron mejorar los resultados, fortalecer nuestras posiciones de mercado y hacer más eficiente nuestra operación.

"En CCU estamos comprometidos con nuestros Valores Corporativos Internos: Excelencia, Empoderamiento y Generosidad. Estos principios nacen de nuestra Misión y nos permiten guiar nuestro accionar en pos de lograr una mejora continua en todo el ámbito de nuestras actividades, para alcanzar el bien de nuestros distintos grupos de interés"

En cuanto a la presencia en el mercado, CCU continuó consolidando su crecimiento regional, buscando la generación de sinergias con el fin de homologar nuestras buenas prácticas y avanzar hacia su multinacionalización. En este contexto, en Chile formamos la nueva Gerencia de Excelencia Funcional, cuyo fin es apoyar la implementación transversal de las mejores prácticas observadas en todas las Unidades de Negocio, de la mano del nuevo plan de eficiencia "ExCCelencia CCU".

A pesar de un entorno macroeconómico adverso, caracterizado por la devaluación de las monedas en las principales economías en que operamos, altos niveles de inflación y un lento crecimiento económico, durante el 2015 nuestros negocios crecieron en toda la región. El volumen de ventas consolidado de CCU alcanzó los 23,9 millones de hectolitros, lo que representa un crecimiento de 4,4% respecto del año anterior. En particular quiero destacar el buen desempeño de nuestros nuevos negocios internacionales en Bolivia, Colombia, Paraguay y Uruguay, donde hemos ido ganando escala e importancia estratégica.

Al aumento en volúmenes, cabe agregar que el mencionado plan de eficiencias ha permitido a la Compañía generar mejoras en márgenes, con una utilidad y un resultado operacional mayores al año anterior en 1,0% y 13,9%, respectivamente. Al excluir de la base del 2014 el ingreso extraordinario asociado al término anticipado del contrato de Corona en Argentina, nuestra utilidad neta creció en el 2015 en 12,4% y el resultado operacional en 27,3%.

En materia de la relación con la comunidad, fue un año donde continuamos impulsando el consumo responsable de alcohol, una de las prioridades que hemos mantenido desde hace más de 20 años. Nuestros talleres de Educar en Familia, realizados en colegios públicos y particulares, fueron un éxito con más de 2.500 asistentes e implementamos por primera vez charlas en colegios municipalizados de Vilcún, Coinco y Paihuano, dónde la Compañía tiene operaciones. Además, este año se creó el Índice Compuesto de Promoción de Consumo Responsable (ICPCR), un índice por el cual unificamos la medición de todas las iniciativas relacionadas con esta temática desarrolladas por nuestras Unidades Estratégicas de Negocio. También, como todos los años, junto a Carabineros de Chile desarrollamos campañas preventivas respecto al consumo responsable de alcohol y la seguridad vial.

Por otra parte, como lo hacemos desde 1978, estuvimos presentes en la Teletón, con los aportes económicos realizados por nuestras marcas Cristal, Bilz y Pap, Cachantun y Watt´s. A ellos se sumaron la Campaña 1+1, llevada a cabo por nuestros colaboradores, y la iniciativa "27 toneladas de amor CCU", que, en conjunto con el Ministerio de Medioambiente, permitió la recolección de más de 30 toneladas de botellas plásticas para su reciclaje.

Otro de los hitos del año fue nuestra participación en la implementación de la iniciativa "Litro de Luz", el primer sistema de alumbrado ecológico y autosustentable en Chile, elaborado sobre la base de botellas plásticas. No sólo CCU aportó a esta causa como auspiciador del Festival de Innovación Social (fiiS), donde se llevó a cabo este programa, sino que también hubo un grupo de nuestros colaboradores que llegó hasta la comuna de Renca, para ayudar a las personas de la Villa Antumalal en la instalación de las luminarias.

Finalmente, continuamos trabajando para alcanzar nuestra Visión Medioambiental 2020, diseñada sobre la base de tres objetivos claves: (1) disminuir la generación de gases de efecto invernadero en 20% por hectolitro producido, (2) aumentar la valorización de los residuos industriales sólidos en un 100% y (3) disminuir el consumo del recurso hídrico en 33% por helectrolitro. Bajo este contexto, los datos registrados al 2015, reflejan un avance del 72,1% respecto al Objetivo Clave 1, un 59% respecto al Objetivo Clave 2 y un avance en un 82,1%, respecto al cumplimiento de la meta del Objetivo Clave 3. En nuestro capítulo de Medioambiente se presentan los progresos alcanzados durante este año y los avances registrados desde 2010 a 2015, los cuales nos dan la seguridad de que estamos avanzando por el camino correcto para cumplir las metas planificadas.

Todos estos logros no serían posibles sin el trabajo y compromiso de nuestros clientes, proveedores, accionistas y, sobre todo, de nuestros colaboradores, que componen un equipo comprometido y de alto nivel. A todos ellos, como también a los consumidores que prefieren nuestros productos y a la comunidad en general, van mis más afectuosos saludos. Los invito a todos a leer esta nueva edición de nuestro Informe de Sustentabilidad.

Atentamente

Patricio Jottar N.
Gerente General CCU S.A.

Proceso de **Construcción**

"Durante once años consecutivos, CCU ha publicado su informe de sustentabilidad, el cual tiene por objetivo informar y comunicar los resultados de su desempeño en los ámbitos económicos, sociales y medioambientales"

Características del informe

(G4-3) (G4-23) (G4-28) (G4-29) (G4-30) (G4-33)

Durante once años consecutivos, la Compañía Cervecerías Unidas S.A. (en adelante, "CCU" o la "Compañía") ha publicado su informe de sustentabilidad, el cual tiene por objetivo informar y comunicar los resultados de su desempeño en los ámbitos económicos, sociales y medioambientales.

En el presente texto se entrega la información relacionada con el periodo que se comprende entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2015. La cobertura de los contenidos aquí publicados, tiene por alcance a todas las operaciones de CCU en Chile e incluye las filiales y alianzas con socios estratégicos [1]. Se presentan cambios en relación al Informe anterior, dado que durante el período 2015 no se incluye información de Foods Alimentos CCU S.A.

Las principales Gerencias de la Compañía revisaron y validaron el contenido del documento. Si bien para su elaboración no se recibió auditoría externa, la consultora Deloitte Chile verificó las declaraciones respecto de las Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) Alcance 1 y 2, valorización de residuos sólidos y consumo de agua.

1. Fe de erratas (G4-22): En caso de cambios o correcciones en relación al Informe de Sustentabilidad 2014, éstos se indicarán bajo la referencia "Fe de erratas" en el indicador que corresponda.

Definición de temas relevantes

(G4-18) (G4-19)

Para la elaboración del presente informe, CCU empleó los lineamientos de la metodología Global Reporting Initiative (GRI), en su última versión G4, siguiendo la opción de conformidad "Esencial". Este formato de trabajo corresponde a una actualización de enfoque en relación al año 2014, ya que anteriormente se respondía a lineamientos de una versión anterior.

Para más información, contactar a:

(G4-5, G4-31)

Gerencia Asuntos Corporativos
Tel: (56 2) 2427 3000
Correo electrónico: ccu@ccu.cl
Dirección: Vitacura 2670, Las Condes (Casa matriz).

Este documento se realiza acorde a la Comunicación de Progreso (CoP) para el Programa Pacto Global de Naciones Unidas y sus Diez Principios, a los que la Compañía adhiere desde 2003.

Los contenidos del documento fueron determinados a través de la realización de un "Proceso de Materialidad". Éste consiste en llevar a cabo un sistema de consulta y análisis sobre la base de diversas fuentes, con el fin de determinar los temas relevantes para CCU y sus grupos de interés, en relación a los efectos sociales, ambientales y económicos de la operación de la Compañía.

Los temas materiales identificados en la matriz son prioritarios para CCU y sus grupos de interés, estando reflejados en el desarrollo de este informe. Esto no implica que existen otros temas que se trabajan periódicamente como Compañía.

El procedimiento se realizó en las siguientes etapas:

a. Análisis de las temáticas importantes en la industria de bebidas, a través de la revisión de prensa del año 2015 y del desarrollo de un proceso de benchmark con empresas del rubro.

b. Consulta a los principales ejecutivos de la Compañía.

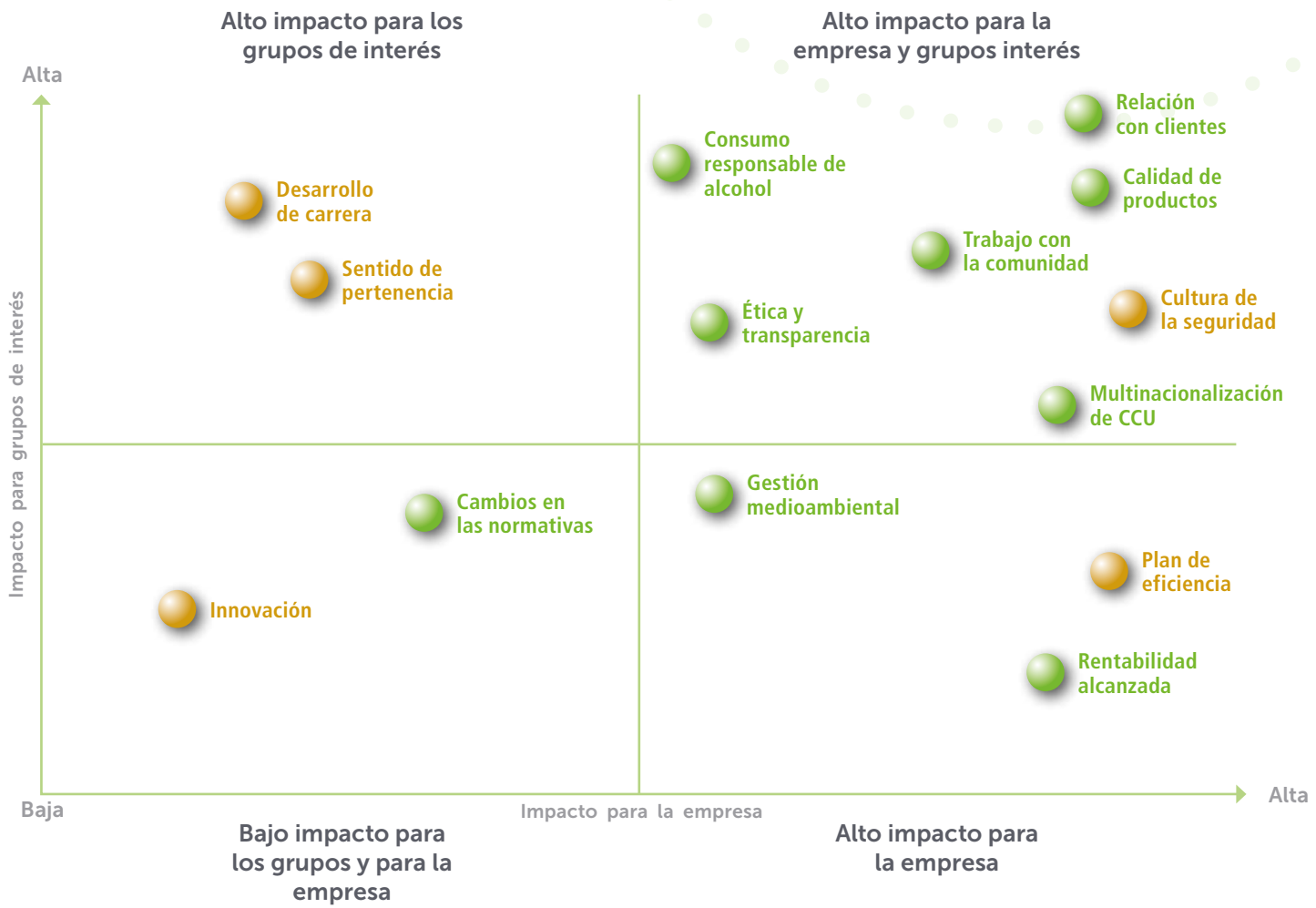
c. Realización de grupos focales con trabajadores de diferentes áreas de la Compañía.

d. Revisión y análisis de estudio de satisfacción de clientes y preferencia de consumidores.

e. Entrevista con la Asociación de Alimentos y Bebidas de Chile A.G. (AB Chile).

Matriz de Materialidad 2015

(G4-19) (G4-20) (G4-21)



Cobertura del impacto (1)

- Dentro y fuera de CCU
- Dentro de CCU

1. Indica si éste se genera fuera o dentro de la organización. Por ejemplo, la gestión que se realice en lo que implica "Relación con clientes" tiene impactos directos en CCU, pero también en este grupo de interés. Por el contrario, el "Desarrollo de carrera de los trabajadores", tiene una cobertura de impacto acotado al interior de la Compañía.

1995

CCU forma la filial CCU Argentina.

2001

Se crea Transportes CCU Ltda. para la distribución, cobranza y manejo de bodegas de todos sus productos.

2003

La Compañía ingresa al negocio del pisco en Chile, al formar la marca Ruta Norte, creando Pisconor S.A.

Heineken ingresa a la propiedad de CCU.

2004

Comienza a operar en el mercado de los alimentos, a través de la marca Calaf en snacks dulces.

2005

CCU se asocia con Control para formar la Compañía Pisquera de Chile S.A. y alcanzar el 50% de la industria del pisco.

2006

Se firma un contrato de licencia para Pepsi, donde ECCUSA es el embotellador exclusivo de los productos Pepsi en Chile hasta el año 2020.

ECCUSA toma propiedad del 50% de las marcas Watt´s.

2007

CCU se asocia con Nestlé Waters Chile y comienza la producción, venta y distribución de agua purificada en Chile.

2011

Elabora su visión medioambiental 2020, que en una primera etapa involucra la medición de la huella de carbono en todas sus unidades.

2012

CCU ingresa al mercado de Uruguay, al adquirir las marcas de aguas minerales Nativa y gaseosas Nix.

2013

La Compañía comienza a operar en Paraguay, al comprar Bebidas del Paraguay S.A. y Distribuidora del Paraguay S.A. Por otra parte, CCU Uruguay integra cervezas a su portafolio.

2014

CCU comienza a operar en Bolivia a través de la asociación con Bebidas Bolivianas S.A. (BBO). Esto le permite participar en la producción y venta de bebidas alcohólicas y sin alcohol.

CCU es reconocida por primera vez a nivel global como "Embotellador del Año", por PepsiCo.

CCU forma en conjunto con Postobón, la empresa Central Cervecera de Colombia S.A.S, con lo que se conforma el ingreso al mercado colombiano en cervezas y bebidas analcohólicas en base a malta.

Hitos y reconocimientos 2015

En 2015, la Compañía celebró importantes hechos que muestran su tradición y expansión en los distintos mercados.

165 años de tradición cervecera

Cerveza Cristal celebró los 165 años de tradición cervecera CCU, lanzando una edición limitada de diseños coleccionables de sus principales etiquetas históricas.

CCU

- **Aniversarios:** CCU conmemoró 165 años de la fundación de la primera fábrica de cerveza en Chile, a cargo de Joaquín Plagemann, que posteriormente pasaría a formar parte de la empresa. Asimismo, se cumplieron 150 años del nacimiento de la Viña San Pedro, 20 años de CCU en Argentina y tres de su presencia en Uruguay.

- **Aportes:** La empresa participó en Teletón, fundación a la que acompaña desde 1978. En esta oportunidad, realizó tres aportes: a través de sus marcas Cristal, Bilz y Pap, Cachantun y Watt´s; de sus colaboradores con la Campaña 1+1; y con la campaña "27 toneladas de amor CCU", donde con la ayuda de todos los chilenos, se recolectaron más de 30 toneladas de botellas plásticas para reciclarlas.

- **Relación con la comunidad:** En conjunto con sus colaboradores, la comunidad de Renca y la ONG Litro de Luz, CCU implementó el primer sistema de alumbrado ecológico y autosustentable elaborado con botellas plásticas en Chile. La actividad fue parte del Festival Internacional de Innovación Social 2015 (fiiS), del cual la Compañía fue auspiciador.

- **Premios:** CCU fue distinguido por diversas organizaciones. Se destacó en el sexto lugar entre las "Empresas más Admiradas en Chile", ranking elaborado por Diario Financiero y PwC. Fue finalista en el "Premio Carlos Vial Espantoso", otorgado por la fundación homónima, y estuvo seleccionada entre las "Mejores Empresas en reputación corporativa", premiación llevada a cabo por Merco y El Mercurio.

- **Beca Arte CCU:** Por tercera ocasión, se hizo entrega de la Beca Arte CCU, dirigida a artistas chilenos que buscan desarrollar y posicionar su carrera a nivel nacional e internacional. El ganador podrá realizar una residencia en el International Studio & Curatorial Program (ISCP) de Nueva York.

Cervecería CCU

- **Nuevas incorporaciones:** Comenzaron a comercializarse las cervezas Premium elaboradas en Estados Unidos, Coors Light y Coors 1873, gracias a una alianza con el líder cervecero internacional Molson Coors Brewing Company. También se incorporó la cerveza mexicana Tecate, que será lanzada próximamente. A ellas se agregó la comercialización de la cerveza Blue Moon, líder del segmento artesanal en Estados Unidos.

- **Reconocimiento:** Cervecería CCU Planta Quilicura obtuvo la Certificación Laboratory Star de Heineken. Es la primera empresa de cerveza que no pertenece a la compañía holandesa, que obtiene este reconocimiento. Dicha asignación garantiza que todos los análisis realizados en esta unidad productiva, están alineados con el sistema de calidad Laboratory Star System (LSS), lo cual pone en valor la calidad del trabajo realizado y de los productos elaborados.

ECCUSA

- **Distinción:** ECCUSA fue reconocida por el Ministerio de Economía y el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI), con el primer lugar en innovación industrial, por el desarrollo de nuevos empaques en botellas de néctares y jugos. Además, los consumidores resaltaron a Cachantun y Watt's como "Marcas de Excelencia" en sus respectivas categorías, de acuerdo al estudio realizado por GFK Adimark "Chile 3D, marcas y estilo de vida de los chilenos 2015". Por otra parte, Watt´s obtuvo el Premio Oro en la categoría Éxito Sostenido de los Effie Awards, gracias a las campañas publicitarias que le permitieron crecer un promedio de 14% en volumen entre 2012 y 2014.

- **RedBull:** A través de ECCUSA, CCU tomó el control a nivel nacional de la distribución de la bebida funcional RedBull.

Distribución de la propiedad y alianzas estratégicas (G4-7)

CCU es una sociedad anónima abierta, constituida conforme a las leyes chilenas. Sus acciones son transadas en los mercados bursátiles de Chile y en la Bolsa de Valores de Nueva York. Su casa matriz se encuentra establecida en Santiago de Chile.

Inversiones y Rentas S.A. (IRSA), accionista controlador de CCU, es una sociedad anónima cuyos accionistas son las sociedades Quiñenco S.A., holding del grupo Luksic, y Heineken Chile Limitada, las cuales poseen cada una de ellas el 50% del capital accionario de IRSA. IRSA, directa e indirectamente, a través de su filial Inversiones IRSA Limitada, posee 60% del capital accionario de CCU.

Por otra parte, CCU tiene contratos de licencia y/o joint ventures con Heineken Brouwerijen B.V., Anheuser-Busch Companies Inc., PepsiCo Inc., Schweppes Holdings Limited, Guinness Brewing Worldwide Limited, Société des Produits Nestlé S.A., Pernod Ricard, Promarca S.A. y Molson Coors Brewing Company.

Accionista	Porcentaje de la propiedad
Inversiones y Rentas S.A.	53,16%
J P Morgan Chase Bank Segun Circular	17,13%
Banco ITAU por cuenta de Inversionistas Extranjeros	8,22%
Banco de Chile por cuenta de Terceros No Residentes	7,16%
Inversiones IRSA Ltda.	6,84%
Banco Santander por cuenta de Inversionistas Extranjeros	2,30%
Banco Santander-Hsbc Bank Plc London Client Accoun	0,70%
Banchile C de B S.A.	0,58%
AFP Provida S.A. para Fondo Pensión C	0,28%
Bolsa de Comercio de Santiago Bolsa de Valores	0,25%
Bolsa Electrónica de Chile Bolsa de Valores	0,17%
BTG Pactual Chile S.A. C de B	0,15%
Otros Accionistas	3,07%

Divisiones operativas (G4-13)

La estructura organizacional de CCU se distribuye en diferentes unidades, de acuerdo a los servicios que brindan y productos que elaboran y/o comercializan: Unidades Estratégicas de Negocio (UEN), Unidades Estratégicas de Servicio (UES), Unidades de Apoyo Corporativo (UAC).

En noviembre de 2015 la Compañía efectivizó la venta de su Unidad Estratégica de Negocios FOODS Compañía de Alimentos CCU S.A. a Carozzi S.A., con sus respectivos activos y marcas de los productos Calaf y Natur.

GERENCIA GENERAL

DIRECTORIO CCU S.A.

Unidades Estratégicas de Negocio (UEN):
Buscan satisfacer las necesidades de los consumidores y clientes, su trabajo se centra en la producción, comercialización y marketing de los productos de la Compañía.

Unidades Estratégicas de Servicio (UES):
Proporcionan a las UEN los servicios estratégicos especializados en torno a la comercialización, logística y distribución de sus productos en todo Chile, la producción de envases y servicios financieros.

Unidades de Apoyo Corporativo (UAC):
Entregan servicios corporativos a todas las UEN en diferentes áreas.

UEN: Cervecería CCU; Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.; Viña San Pedro Tarapacá S.A.; Compañía Pisquera de Chile S.A.; Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.; Aguas CCU-Nestlé Chile S.A.; Compañía Cervecera Kunstmann S.A.; Milotur S.A.; Bebidas del Paraguay S.A.; BBO Bebidas Bolivianas S.A.; Central Cervecera de Colombia S.A.S CCC; Manantial S.A.

UES: Comercial CCU S.A.; Transportes CCU Ltda.; Fábrica de Envases Plásticos S.A.; CRECCU S.A.

UAC: Contraloría, Administración y Finanzas, Desarrollo e Investigación de Mercado, Recursos Humanos, Asuntos Legales y Asuntos Corporativos.

Marcas, productos y formatos (G4-4)

CCU trabaja de manera permanente para responder a las demandas y necesidades de sus clientes y consumidores. En consecuencia, actualiza en forma constante su portafolio de productos, incorporando nuevas marcas que se ajusten a los requerimientos del mercado y logren cautivar de manera innovadora a la diversa gama de públicos a los que apunta.

Cervezas

A través de su filial Cervecería CCU, lidera el mercado con Cerveza Cristal y sus extensiones de marca Cristal CERO, 0° y Light. Se suman a su portafolio las marcas Escudo, Royal Guard, Morenita, Dorada, Lemon Stones, Heineken, Sol, Tecate, Coors Light, Coors, Budweiser, Austral, Kunstmann, Blue Moon, Szot y D'olbek, entre otras.

Incorporaciones 2015 Cervecería CCU	Nueva marca	Nuevo producto	Nuevo formato
Sol 710 cc			•
Sol 12 Pack 350 cc			•
Tecate	•		
D'olbek Maqui, Ale		•	
Kunstmann Chocolate		•	
Escudo 24 Pack LN			•
Szot	•		

Vinos

Grupo San Pedro Tarapacá (VSPT Wine Group) reúne a las viñas San Pedro, Tarapacá, Santa Helena, Misiones de Rengo, Altaïr, Leyda, Viña Mar y Casa Rivas en Chile.

Incorporaciones 2015 VSPT Wine Group	Nueva marca	Nuevo producto	Nuevo formato
Castillo de Molina Tributo 150 años			•
Botellón de Santa Helena 1,5 lts			•
Misiones 375 (2 Varietales, 1 Reserva)			•
Epica		•	
Gato Carmenere 2 Litros			•
1865 Edición Aniversario			•
Brut Unique 375			•

Licores

Compañía Pisquera de Chile S.A. produce y comercializa las marcas de pisco Mistral, Control C, Horcón Quemado, Tres Erres, Campanario, Ruta Norte y La Serena. En la categoría de los blends, participa con Mistral Ice y Mojito Ice de Sierra Morena.

Por otra parte, comercializa ron Sierra Morena y ron Cabo Viejo, los licores Fehrenberg, y las marcas del grupo francés Pernod Ricard, la segunda empresa de licores más grande del mundo, en las categorías de vodka, whisky, licores y otros. Adicionalmente, participa en el negocio de la sidra a través de la marca Apple Storm.

Incorporaciones 2015 CPCh	Nueva marca	Nuevo producto	Nuevo formato
Mistral Miniaturas			•
La Serena Sour		•	
Mistral Ice Hot Citrus		•	
Campanario Sour Menta		•	
Campanario Sour Jengibre		•	

Gaseosas

A través de su filial ECCUSA, la Compañía produce y comercializa las marcas propias Bilz y Pap, Kem y Nobis. Además, elabora y vende las marcas licenciadas de PepsiCo, 7Up y Pepsi, y de Schweppes Holdings Limited, Crush, Limón Soda, Canada Dry Ginger Ale y Canada Dry Agua Tónica.

Jugos y Néctares

A través de Promarca, propiedad compartida en partes iguales por Watt´s S.A. y CCU, la Compañía participa del negocio de néctares, jugos y bebidas de fruta. A los productos Watt's se suman Ocean Spray de PepsiCo y Frugo.

Aguas minerales, purificadas y saborizadas

A través de Aguas CCU Nestlé Chile S.A., la oferta se compone por las marcas Cachantun, Mas de Cachantun, Mas Woman de Cachantun, Nestlé Pure Life, Porvenir y Perrier.

HOD Manantial

Aguas CCU–Nestlé S.A. participa con Manantial S.A. del negocio Home and Office Delivery (HOD) en distribución de agua purificada en botellones para los segmentos de hogar y empresa.

Bebidas Funcionales

CCU produce localmente la bebida isotónica Gatorade y el té helado Lipton Ice Tea, además de comercializar la bebida energética Adrenaline Red y el agua saborizada y vitaminada, SoBe LifeWater. Todos estos productos pertenecen a la franquicia PepsiCo. Desde 2015 se integra además la distribución de Red Bull.

Grupos de interés

(G4-24) (G4-25) (G4-26)

Para CCU, los grupos de interés con los cuales trabaja son de especial importancia. Por eso, al desarrollar sus negocios, se enfatiza en la cercanía, la confianza y el respeto por sus accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, consumidores, autoridades, líderes de opinión, medios de comunicación y la comunidad.

Para lograr un vínculo responsable con todos estos actores, la Compañía ha establecido procedimientos para garantizar la calidad de sus productos, una Política de Comunicación y Transparencia, estrategias de comunicación de marca, protocolos para el respeto a las normas y el medioambiente, y el impulso de iniciativas vinculadas al desarrollo social, cultural y de la salud de la comunidad y de los consumidores. Todas estas acciones, se llevan a cabo en apego a la normativa vigente y cumpliendo con las exigencias de las autoridades, con quienes se mantiene un vínculo permanente.

Grupos de interés CCU

Canales de comunicación

Accionistas e inversionistas
- Conferencias telefónicas de Gerente General
- Web de relación con inversionistas
- Conferencias y road shows
- Juntas Ordinarias de Accionistas
- Memoria Anual
- Formulario 20F

Clientes
- Estudios de satisfacción y lealtad
- Contacto directo con fuerza de venta
- Servicio de Atención al Consumidor y Cliente (SAC)
- CRECCU
- Revista EnCCUentro

Proveedores
- Portal de proveedores CCU
- Auditorías y evaluaciones

Medios de comunicación
- Comunicados de prensa
- Página web
- Redes sociales

Comunidad
- Campañas de Consumo Responsable de Alcohol
- Modelo de Relacionamiento Comunitario
- Educar en Familia CCU

Trabajadores
- Intranet
- Boletín Al Día CCU (online e impreso)
- Diarios murales
- Sistema de denuncias (Vía web, carta, mail, telefónica, o jefatura directa).
- Encuesta de clima organizacional
- Evaluación de desempeño

Consumidores
- Estudios de consumidores
- Servicio de Atención al Consumidor y Cliente (SAC)
- Estudios de satisfacción

Autoridades
- Reuniones pactadas bajo la Ley de Lobby

Líderes de opinión
- Campañas de marketing
- Difusiones comunicacionales

Membresías y acuerdos voluntarios (G4-15) (G4-16)

Asociación, agrupación o iniciativa	Descripción	Participación CCU
Cerveceros Latinoamericanos	Asociación sin fines de lucro que reúne a productores de cerveza de América Latina.	Participación en diversos comités.
Asociación de Productores de Cerveza de Chile (ACECHI)	Entidad gremial que reúne y representa a las principales empresas de la industria cervecera nacional.	Socio fundador. Participa en el Directorio a través de CCU S.A. y la filial Cervecería CCU.
Vinos de Chile A.G.	Organización gremial sin fines de lucro y de carácter privado que representa a los productores vitivinícolas de Chile.	Grupo San Pedro Tarapacá es una empresa asociada y forma parte de los comités de la organización.
Alimentos y Bebidas de Chile A.G. (ABChile)	Asociación que representa a toda la industria de alimentos y bebestibles no alcohólicos del país.	Participa a través de ECCUSA en el Directorio.
Asociación Chilena de Empresas de Bebidas Espirituosas Pro Consumo Responsable (APROCOR)	Entidad conformada por los principales representantes, importadores y productores de bebidas alcohólicas que operan en Chile.	Se integra a la Asociación a través de Compañía Pisquera de Chile (CPCh). Tiene presencia en el Directorio.
Asociación de Productores de Pisco A.G. (Pisco Chile)	Representa los intereses comunes de la industria pisquera, promoviendo el desarrollo del negocio bajo el alero de la denominación de origen del pisco.	A través de CPCh, participa en el Directorio y en el comité ejecutivo.
Asociación Nacional de Avisadores (ANDA)	Asociación gremial compuesta por la mayoría de las empresas del país que practican la comunicación comercial y realizan inversión publicitaria.	La Compañía está representada por las filiales ECCUSA y Cervecería CCU Chile.
Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)	Federación Gremial, sin fines de lucro, que reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno.	CCU está presente en Directorios.
Acción RSE	Organización sin fines de lucro que agrupa a empresas socias y entidades colaboradoras comprometidas con la Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sostenible.	Empresa socia por medio de CCU S.A.
Generación Empresarial	Entidad sin fines de lucro, abocada a promover y potenciar la ética en el mundo del trabajo.	Empresa asociada.
Pacto Global	Iniciativa de las Naciones Unidas, que provee un marco general para fomentar el crecimiento sustentable y la responsabilidad cívica de empresas comprometidas y creativas.	Adhesión voluntaria, con el compromiso de integrar y promover los 10 principios de la organización.

02
Visión Estratégica

“En CCU, el principal organismo de gobierno es el Directorio. Éste se compone de nueve miembros que son elegidos en la Junta Ordinaria de Accionistas”

Gobierno corporativo

(G4-34) (G4-38) (G4-39) (GC2) (GC3)

En CCU, el principal organismo de gobierno es el Directorio. Éste se compone de nueve miembros que son elegidos en la Junta Ordinaria de Accionistas. Sesiona con frecuencia mensual y realiza reuniones extraordinarias por requerimiento de cualquiera de sus miembros.

El presidente del Directorio es Andrónico Luksic Craig, quien no ocupa un cargo ejecutivo al interior de la Compañía.

El mandato de cada Director tiene una duración de tres años. En caso de producirse vacantes, estos son designados en la Junta de Accionistas. En este contexto, en julio de 2015 la Compañía informó a la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), por medio de un hecho esencial, los cambios realizados en el Directorio en el último periodo. El abogado Rodrigo Hinzpeter llegó junto el ejecutivo holandés de Heineken en Brasil, Didier Debrosse, a ocupar los cargos antes encabezados por Manuel José Noguera y Philippe Passquet.

CCU no cuenta con una política que determine lineamientos específicos para la participación de sus miembros de Directorio en otros órganos superiores de gobierno. Sin embargo, el Código de Conducta de Directores señala que deberán actuar en todo momento en conformidad a los intereses de CCU e identificar y evitar toda situación que presente un potencial conflicto entre sus intereses y los de la Compañía. Además, no están autorizados a utilizar en beneficio propio o de terceros, y en perjuicio de la Compañía, las oportunidades comerciales de las que tuvieran conocimiento en razón de su cargo.

Directorio CCU

El Directorio está conformado por:

Andrónico Luksic Craig

- Presidente
- Chileno
- Director de Empresas

Actividad actual:

- Presidente del Consejo de SM Chile S.A.
- Vicepresidente del Directorio del Banco de Chile, Quiñenco S.A., y LQ Inversiones Financieras S.A.
- Miembro del Directorio de diversas empresas e instituciones, entre otros cargos

John Ross Nicolson
- Vicepresidente
- Británico
- Director de Empresas

Actividad actual:
- Vice Presidente del Directorio de CCU desde 2008
- Presidente de Inversiones y Rentas S.A.
- Miembro del Directorio de Cervecera CCU Chile Ltda., y Compañía Pisquera de Chile S.A.

Vittorio Corbo Lioi
- Director
- Chileno
- Ingeniero Comercial y Doctor en Economía

Actividad actual:
- Investigador asociado senior en el Centro de Estudios Públicos en Santiago de Chile
- Profesor de Economía en la PUC
- Miembro del Consejo del Banco Santander España, Banco Santander Chile y Endesa Chile

Pablo Granifo Lavín
- Director
- Chileno
- Ingeniero Comercial

Actividad actual:
- 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.
- Presidente del Comité Ejecutivo de Banchile Corredores de Seguros Ltda.

Jorge Luis Ramos Santos
- Director
- Mexicano
- Administrador y Contador Público, MBA

Actividad actual:
- 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 Pisquera de Chile S.A., e Inversiones y Rentas S.A.

Rodrigo Hinzpeter Kirberg
- Director
- Chileno
- Abogado

Actividad actual:
- Gerente del Departamento Legal de Quiñenco
- Anteriormente fue Ministro del Interior y posteriormente Secretario de Defensa del Gobierno de Chile

Carlos Molina Solís
- Director
- Mexicano
- Licenciado en Administración de Empresas, MBA

Actividad actual:
- Previo a su desempeño como Director en 2012, estuvo a cargo de Planificación y Estrategia en FEMSA Cerveza y, actualmente es el responsable del Desarrollo de Negocios para las Américas de Heineken

Didier Debrosse
- Director
- Francés
- Administrador de Empresas

Actividad actual:
- Presidente Heineken Brasil
- Presidente de la Cámara Brasileño-Holandesa de Comercio
- Chevalier de la Legion d´Honneur

Francisco Pérez Mackenna
- Director
- Chileno
- Ingeniero Comercial, MBA

Actividad actual:
- Miembro del Directorio de diversas Compañías, entre las que se encuentran 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 Pisquera de Chile S.A., e Inversiones y Rentas S.A.

Comités y su funcionamiento

Comité de Directores: Es el organismo que se encarga de revisar los estados financieros de la Compañía y los informes entregados por auditores independientes. Entrega su opinión a los accionistas y otorga recomendaciones al Directorio en materia de nombramientos de auditores externos independientes, transacciones entre empresas asociadas, políticas, planes de remuneraciones de los gerentes y principales ejecutivos, además de supervisar el desempeño de estos últimos.

Los Directores participantes son: Vittorio Corbo, Jorge Luis Ramos y Francisco Pérez.

Comité de Auditoría: Es el responsable de la contratación, remuneración y supervisión del trabajo de las firmas de contabilidad pública que preparan y emiten los informes de auditoría. Resuelve desacuerdos entre la administración y los auditores externos respecto de los informes financieros de la Compañía. Toma conocimiento de las quejas recibidas por el emisor respecto a materias de auditoría.

Los Directores participantes son: Vittorio Corbo, Jorge Luis Ramos y Francisco Pérez (observador) y Carlos Molina (observador).

Comité de Dirección: Está integrado por Gerentes de las Unidades de Negocio (UEN) y Unidades de Apoyo Corporativo (UAC), quienes colaboran con la gestión de la Gerencia General. El Comité de Dirección es el encargado de comunicar los resultados periódicos al Directorio, el diseño y cumplimiento del Plan Estratégico de la Compañía y de las filiales.

Remuneración del Directorio y Comités

En el periodo 2015 se fijó y confirmó la estructura de remuneraciones del Directorio, la que se establece de acuerdo a la asistencia y cuota variable de cada uno de sus miembros.

Adicionalmente, los Directores que integran el Comité de Directores reciben una dieta adicional por cada sesión a la que asisten. A ello se suma el porcentaje de dividendos que corresponda hasta completar el tercio de la remuneración total que cada uno percibe en su calidad de Director, de acuerdo a lo establecido en el artículo 50 Bis de la Ley N° 18.046 y en la Circular 1956 de la SVS. Los Directores que integran el Comité de Negocios también tienen asignada una dieta por cada sesión a la que asisten. En tanto, los Directores que forman parte del Comité de Auditoría reciben una remuneración mensual fija[1].

1. Para conocer en detalle la remuneración del Directorio de CCU, puede revisar la Memoria Anual 2015 de la Compañía que se encuentra en el sitio web: www.ccu.cl

Ética y transparencia corporativa

Ética y transparencia (DMA 7) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

La ética y la transparencia son clave para mantener la confianza y la sostenibilidad en el largo plazo con los grupos de interés. Es por esto que velamos para que las decisiones que se tomen dentro y fuera de la Compañía, se realicen a partir del uso transparente de la información y bajo los valores que la representan.

¿Cuál es el objetivo?

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la Compañía de manera ética y transparente, resguardando el comportamiento y el accionar que se espera de los directores, gerentes y todos los trabajadores de CCU, a través de una convivencia constructiva a nivel organizacional como también con los grupos de interés.

¿Cómo se gestiona?

CCU gestiona su ética y transparencia a través de distintas políticas, reglamentos, procedimientos y documentos. Entre ellos se encuentran principalmente el Código de Conducta del Directorio, Código de Conducta en los Negocios, Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado, Modelo de Prevención de Delitos y un Sistema de Denuncias, que es gestionado a través de diversos mecanismos: plataforma virtual, carta confidencial, correo electrónico o contacto directo con la persona encargada.

¿A qué grupo de interés impacta?

Todos los grupos de interés

Gestión de la ética (G4-56)

CCU dispone de más de tres mil documentos para guiar la forma de actuar de todos quienes trabajan o se relacionan con la Compañía, los cuales se dividen en políticas, reglamentos y procedimientos que se aplican a los negocios y operaciones. A ellos se agregan textos relacionados con especificaciones técnicas, certificados y normas. Todo este material se encuentra actualizado y disponible para ser consultado en la Biblioteca de Políticas y Procedimientos, y algunos de ellos en el sitio

web de Relación con Inversionistas y en el Portal de Proveedores.

Los principales códigos y políticas de la Compañía vinculados a los ámbitos económico, medioambiental y social son:

Código de conducta del Directorio

Establece una serie de principios, políticas y buenas prácticas de gobierno corporativo que guían el actuar de los directores de CCU en el ejercicio de sus funciones. El documento asegura el derecho a ser informados por el gerente general acerca de la marcha de la Compañía, el requerimiento de mayoría absoluta para la adopción de acuerdos y la obligatoriedad de realizar inducciones para nuevos miembros.

Código de conducta en los negocios

La Compañía mantiene un Código de Conducta en los Negocios que establece una guía para la toma de decisiones de todos los trabajadores de CCU y de sus filiales.

El Código de Conducta en los Negocios trata temas como principios y valores de la Compañía, conflictos de interés, exactitud y confidencialidad de la información, tratamiento de información privilegiada, relación con clientes, competencia, proveedores, comunidad, medio ambiente, conducta y deberes de los principales ejecutivos, controles internos, fraude y divulgación de la información a terceros.

Se entrega a todos los colaboradores que ingresan a trabajar a la Compañía y está disponible en la Intranet de la misma. A su vez, ha desarrollado un Sistema de Denuncias para todos los trabajadores de CCU S.A., sus filiales y coligadas, que permite denunciar prácticas cuestionables que violen los procedimientos de contabilidad, controles, materias de auditoría y del CCN.

Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado

La Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) estipula que las sociedades anónimas abiertas deben contar con un manual para guiar la divulgación de información de interés, el resguardo de la información confidencial y sentar las normas sobre transacciones de valores realizadas por directores, ejecutivos y personas relacionadas.

Prevención de delitos y corrupción

CCU ha elaborado un Modelo de Prevención de Delitos (MPD), que tiene por objetivo prevenir infracciones de lavado de activos, financiamiento de terrorismo y cohecho, y otros actos ajenos al cumplimiento de la ley que puedan cometer los dueños, controladores, ejecutivos, administradores de la Compañía o de quienes ejerzan funciones bajo la dirección o supervisión de alguno de ellos.

Referencias numerales Art.4 Ley 20.393:
(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 delitos.
(4) Supervisión y certificación del sistema de prevención de delitos.

¿Qué se hace al recibir una denuncia?

- Se revisa que la información enviada por el denunciante sea suficiente para iniciar una investigación.
- Posteriormente, se presenta la denuncia al Comité de Conducta en los Negocios y al encargado de Prevención de Delitos, si corresponde.
- El Comité de Conducta en los Negocios investiga o asigna el requerimiento a un tercero para que éste obtenga nuevos datos que le permitan analizar, comprender y establecer si se trata efectivamente de un incumplimiento a las normativas.
- En el caso que la denuncia sea comprobada y confirmada, el Comité de Conducta en los Negocios recomienda o impone la realización de medidas disciplinarias o despidos a la unidad a la que pertenezca la persona involucrada.
- Periódicamente el Comité de Auditoría es informado sobre las denuncias recibidas.

El MPD contiene todos los elementos que le permiten a la Compañía supervisar y direccionar esta labor, de acuerdo con lo señalado en la Ley 20.393 de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas. En 2015 CCU continuó implementando el MDP, a través de actividades de difusión para prevenir, detectar y responder ante la ocurrencia de delitos.

Canales de denuncias

(G4-57) (G4-58) (CCU 7.1)

La realización de una denuncia tiene por implicancia el dar a conocer 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.

Para estos fines, se han establecido canales adecuados, cuya existencia y funcionamiento son informados a través del Código de Conducta en los Negocios.

CCU recibe y encauza las denuncias que informan o realizan trabajadores y personas externas a la Compañía, a través de una plataforma virtual. Ésta es administrada por la consultora de servicios profesionales Deloitte. Funciona las 24 horas de los 7 días de la semana y es accesible a través de la Intranet de CCU, el sitio web corporativo y/o el Portal de Proveedores.

Además de la plataforma online, la información puede ser remitida por carta confidencial, correo electrónico o bien por el contacto directo con el superior inmediato según la línea jerárquica o con el encargado pertinente de resolver estas materias.

CCU ha dispuesto que todos los mecanismos empleados garanticen la seguridad, la confidencialidad y el anonimato de los colaboradores que realicen una denuncia.

Número de denuncias cursadas en 2015

Denuncias	Cantidad
Descartadas	15
En proceso de validación/investigación	1
Investigadas	32
• Desvinculación/Renuncia	12
• Carta de Amonestación	1
• Recomendaciones para mejorar procesos de control	19
Total recibidas	**48**

% de denuncias investigadas por materia

Categoría	% de casos
Conflicto de Interés y negociación incompatible	12
Sustracción y uso indebido de activos	39
Cuestionamientos a procesos de compra y licitación	7
Vulneración de controles e incumplimiento de procedimientos	33
Temas referidos al ámbito laboral	9
% denuncias investigadas	**100**

Modificaciones en Plan Estratégico:

Nuevo Plan de ExCCelencia (CCU 8.1)

Plan de Eficiencia (DMA 8) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

El contar con un plan para perfeccionar la excelencia comercial y operacional de la Compañía, es clave para continuar el camino de la expansión, crecimiento regional y concretar las transformaciones necesarias.

¿Cuál es el objetivo?

El Plan de ExCCelencia de CCU nace a partir de la necesidad de fomentar el desarrollo del conocimiento en diferentes áreas funcionales, que posibiliten la detección de áreas de mejora de la Compañía y promover iniciativas de transformación que impulsen a CCU a hacer las cosas de mejor manera, siguiendo la línea de su Misión "El trabajo bien hecho por el bien de las personas".

¿Cómo se gestiona?

Este Plan es gestionado a través de la Gerencia de Excelencia Funcional (GEF), la que organiza y coordina el trabajo a través de la actuación de seis Centros de Excelencia, los cuales se encuentran en formación, y tiene como objetivo lograr posicionar a CCU como un referente en el mercado.

¿A qué grupo de interés impacta?

Accionistas, trabajadores, clientes.

A partir de la intención de capturar oportunidades de eficiencia y empujar iniciativas de transformación, CCU se sometió a un proceso de diagnóstico realizado por McKinsey & Company, durante 2014. A partir de esta experiencia, surge la necesidad de generar un sistema que permita compartir buenas prácticas entre las distintas Unidades de Negocio, además de eficientar los mecanismos de coordinación e incrementar el uso de análisis cuantitativo. Es así como surge un nuevo Plan de ExCCelencia, que busca impulsar a la Compañía en el conocimiento de diferentes áreas funcionales, para detectar sus áreas de mejora y promover iniciativas que mejoren los procedimientos.

El Plan es gestionado por la Gerencia de Excelencia Funcional (GEF), creada por CCU a principios de 2015. Esta nueva entidad organiza y coordina el trabajo a través de seis Centros de Excelencia aun en formación, siendo estos: Planificación y Logística, Abastecimiento, Efectividad Comercial, Marketing, Gestión de Ingresos y Gestión Industrial. El foco principal de trabajo se encuentra instalado en Chile y Argentina, para ser posteriormente ejecutado en Uruguay, Paraguay, Bolivia y Colombia, mercados hacia donde CCU ha expandido su modelo de negocios multicategoría.

Cada uno los Centros de Excelencia definidos cuenta con un sponsor, responsable de dirigir las iniciativas y un líder, encargado de diseñarlas, implementarlas y ejecutarlas, como también de monitorear avances e identificar las mejores prácticas que puedan ser replicadas. Esto en conjunto con las Unidades Estratégicas de Negocio, Unidades Estratégicas de Servicio y las Unidades de Apoyo Corporativo.

A partir del diagnóstico realizado, se detectaron importantes oportunidades de mejora, permitiendo definir planes de levantamiento de procesos y detección de oportunidades a corto plazo, que logren ser implementados de manera sencilla y eficiente. A su vez, se definieron planes a mediano y largo plazo, los cuales se enfocan en el diseño de iniciativas y el desarrollo de pilotos en proyectos de mayor duración, en busca de eficiencias en plazos mayores. En relación a esto, actualmente existe una importante cantidad de iniciativas en desarrollo e incluso algunas de ellas ya están siendo implementadas, mientras que otras de mayor complejidad, están programadas para implementarse a futuro.

Programa de Optimización de la Cadena de Abastecimiento OCA/TPM (CCU 8.2)

CCU trabaja de manera continua para transformarse en una empresa de clase mundial, enfocada en metas y resultados desafiantes, la sostenibilidad en el tiempo, la mejora continua, el desarrollo de estándares y

Objetivos Estratégicos 2016-2018:

CRECIMIENTO

Crecer rentablemente en todas las categorías y negocios en la región.

EFICIENCIA

Implementar prácticas que deriven en la captura de eficiencias y en la posterior generación de una cultura de excelencia.

MODELO DE NEGOCIO CCU

Profundizar el modelo de negocio, junto con difundirlo y hacerlo operativo en todas las Unidades y países.

TALENTO

Potenciar el equipo en todos sus niveles y funciones, de cara a la conducción del negocio en las distintas Unidades de CCU.

SUSTENTABILIDAD

Asegurar la sustentabilidad del negocio promoviendo, en su dimensión externa, el liderazgo responsable y una relación cercana con nuestros grupos de interés.

procedimientos, y la conformación de un equipo humano de excelencia, entre otros aspectos.

En 2015, se optó en CCU por enriquecer las bases de la metodología OCA con conceptos, herramientas y elementos de la metodología TPM, buscando impactos visibles, cercanos a operación y que influyan en resultados, dando un enfoque a la metodología como un medio, no como un fin.

En CCU, OCA/TPM como parte del proceso directivo de excelencia operacional, tiene como fin transformarse en una herramienta fundamental al interior de la Compañía, en busca de alcanzar un nivel de manufactura de clase mundial. A partir de esta renovación durante este año, nuestra Optimización de la Cadena de Abastecimiento (OCA/TPM), ha marcado el camino de identificar anomalías, hacerlas visibles, tomar acciones y establecer estándares, posicionando como ejes centrales los pilares de seguridad y 5S, buscando un nivel constante de mejora continua.

El pilar de seguridad fue integrado en la agenda desde TPM, como valor prioritario en la forma de trabajo de las diferentes Unidades de Negocio de CCU, debido a que anteriormente no formaba parte de la metodología OCA. A través de este pilar, se busca cumplir la meta de cero accidentes que se ha propuesto la Compañía, promoviendo el bienestar y el autocuidado de los colaboradores, alineado a nuestra misión de CCU, buscando el trabajo bien hecho por el bien de las personas.

A su vez, la metodología de las 5S, la cual apunta hacia el mantenimiento integral de las plantas de la Compañía, volvió a ser implementada, pero esta vez con una estrategia determinada que permite obtener los beneficios buscados en cada uno de los procesos. Las 5S buscan organizar la forma de trabajo, asegurando que las zonas en dónde se trabaja estén limpias y organizadas, mejorando la productividad y la seguridad, y promoviendo una implementación fluida de los procesos. Para ello se reforzaron y unificaron las evaluaciones a nivel de los procesos, con el fin de ajustarlas a OCA/TPM.

En 2015 se inició una auditoría para evaluar el nivel de avance en la implementación de la Metodología OCA/TPM a nivel de la Compañía.

Estructura OCA/TPM

Crecimiento en la región

Multinacionalización CCU

(DMA 1) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

La multinacionalización forma parte de los objetivos estratégicos de la Compañía. En este proceso es clave buscar un sello que represente la forma en que CCU lleva a cabo sus operaciones, reflejándolo en todos los países en los que opera.

¿Cuál es el objetivo?

El proceso está a cargo de la Gerencia de Excelencia Funcional y su principal objetivo es trabajar de manera más integrada en todos los países en donde CCU está presente. Esta labor surge a partir de las áreas de la Compañía en las que se ha decidido poner el foco de gestión, definidas como Centros de Excelencia. A ellas se agregan las áreas de Servicios Compartidos, donde se presentan las sinergias más importantes.

¿Cómo se gestiona?

En el corto plazo, se ha priorizado la internacionalización estructural de las áreas de Abastecimiento y Sistemas. A esta labor se agrega el desarrollo e implementación de buenas prácticas en Chile y Argentina, tanto operacional como comercialmente. En un siguiente paso, se fortalecerán los procesos y las estructuras de las demás áreas de la Compañía.

¿A qué grupo de interés impacta?

Todos los grupos de interés

Traspaso de prácticas desde CCU Chile a CCU internacional

(CCU 1.1)

CCU es una empresa consolidada que cuenta con más de 160 años de historia en Chile. Es así como el trabajo está enfocado en potenciar los valores que le permitan lograr una cultura transnacional y fortalecer el trabajo matricial y de equipos multidisciplinarios. Con ello

se busca mantener su sello en la forma de hacer las cosas, avanzando en el camino hacia el posicionamiento como multinacional. Además se espera que los procesos implementados en cada país, se realicen de acuerdo a los mismos estándares y que se repliquen las buenas prácticas desarrolladas en los distintos mercados en los que la Compañía está presente.

El traspaso de prácticas desde CCU Chile hacia CCU Argentina, tuvo importantes avances en 2015. A través de una metodología que consideró reuniones estructuradas, se posibilitó que los Centros de Excelencia, a través de los cuales opera la Gerencia de Excelencia Funcional, dieran a conocer aquellas acciones que se han ido desarrollando y que podrían ser aplicadas en Argentina y viceversa.

Las metas asociadas al traspaso de prácticas desde CCU Chile a CCU internacional en general, y a Argentina en particular, corresponden a indicadores financieros de eficiencia y al cumplimiento de una planificación de implementación de iniciativas

Gestión económica

Rentabilidad alcanzada

(DMA 9) (G4-27) (G4-EC1)

¿Por qué es relevante?

El generar rentabilidad y retorno para los accionistas, permite ser una empresa sostenible en el tiempo.

¿Cuál es el objetivo?

El objetivo es seguir creciendo rentablemente en todas las categorías y negocios, y al mismo tiempo, buscar eficiencias ejecutando el Programa "ExCCelencia CCU" en los seis países donde opera CCU con foco en las categorías principales (cervezas y bebidas no-alcohólicas).

¿Cómo se gestiona?

Para lograr maximizar el valor de CCU, se busca alcanzar una gestión de excelencia en todos los ámbitos del negocio. Para medir los resultados operacionales se usa el margen EBITDA. La base del retorno a accionistas es el desarrollo del precio de la acción y el dividendo, lo que se paga sobre la Utilidad Neta alcanzada.

¿A qué grupo de interés impacta?

Accionistas y trabajadores

El año 2015 estuvo marcado por un entorno macroeconómico adverso, con devaluaciones fuertes de las monedas de la región, desacerleración de las economías y aumento en impuestos. A pesar de esto, CCU ha sido capaz de aumentar sus ingresos por ventas, su resultado operacional, utilidad neta y la participación de mercado. Dichos resultados fueron alcanzados principalmente por la buena ejecución realizada en los puntos de venta y en las operaciones. También se debe al primer año de implementación del plan de eficiencia "ExCCelencia CCU", reduciendo costos y gastos.

En 2015 los ingresos por ventas alcanzaron los CLP MM 1.498.372, lo cual representa un aumento de 15,4%. Esta cifra es consecuencia de los 23,9 millones de hectolitros vendidos, que representan un aumento de 4,4%, y a un aumento promedio de 10,6% en los precios. Todos los segmentos de operación contribuyeron a este crecimiento: Chile con un aumento de 8,6% en sus ingresos por ventas, Negocios Internacionales con 35,4% y Vinos con un 10%.

El resultado operacional (o EBIT por sus siglas en inglés) aumentó 13,9% alcanzando CLP 204.937 millones, y el EBITDA aumentó 15,3% alcanzando CLP 286.504 millones.

Valor económico generado y distribuido 2015

Valor económico generado	M$
Ingresos por Ventas Netas	1.498.371.715
Otros Ingresos	23.892.552
Total valor económico generado (VEG)	**1.522.264.267**

Valor económico distribuido	M$
Salarios y beneficios sociales para los empleados	197.915.151
Gastos operativos	1.114.667.406
Impuestos a las ganancias	50.114.516
Inversiones comunitarias	1.070.526
Pagos a proveedores de capital	89.462.411
Total valor económico distribuido (VED)	**1.453.230.010**

Total valor económico retenido	**69.034.257**

Participación de mercado

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total [1]	**25,7%**	**25,8%**	**27,2%**	**27,4%**	**27,6%**	**27,9%**	**28,1%**	**29,9%**	**30,6%**	**31,3%**
Chile [2]	36,7%	37,1%	37,3%	37,8%	37,6%	37,9%	38,1%	40,0%	40,8%	41,5%
Rio de la Plata [3]	12,2%	12,7%	16,5%	16,1%	16,3%	16,8%	15,7%	16,9%	17,1%	18,2%
Vinos [4]	14,3%	13,9%	13,3%	15,9%	16,5%	16,0%	17,3%	17,6%	18,3%	17,9%

Estado consolidado de resultados [5]

EERR resumidos (MM$)	2012	2013	2014	2015
Ingresos por Ventas	1.075.690	1.197.227	1.297.966	1.498.372
EBIT [6]	181.188	188.266	179.920	204.937
Mg EBIT (%)	16,8	15,7	13,9	13,7
Utilidad Neta	114.433	123.036	119.557	120.808
EBITDA [7]	235.948	252.512	248.528	286.504
Mg EBITDA (%)	21,9	21,1	19,1	19,1
Volumen (Miles de Hectolitros)	**19.909**	**21.916**	**22.898**	**23.910**

1. Promedio ponderado de todas las categorías en donde CCU participa basados en las participaciones de mercado de cada categoría y ponderados por las más recientes estimaciones internas de los tamaños de mercado (febrero 2016). Fuente de Market share: Nielsen diciembre 2015 para Chile, vinos domésticos y Argentina, ID Retail para Uruguay y Asociación de Viñas de Chile para vinos de exportación. Actualizados anualmente.
2. Excluye HOD.
3. Incluye cervezas y sidras (desde 2011) en Argentina, bebidas carbonatadas y aguas minerales en Uruguay.
4. Incluye vinos domésticos en Chile y exportación. Tamaño de mercado del segmento exportación son los reportados por la Asociación de Viñas de Chile. Excluye vino granel
5. (G4-17) Para mayor información de los Estados Financieros de la Compañía es posible revisar la Memoria Anual 2015, en www.ccu.cl.
6. Resultado operacional (ó EBIT por su sigla en inglés), es definido por la Compañía como la Utilidad (pérdida) antes de Otras ganancias (pérdidas), Gastos financieros netos, Utilidad de negocios conjuntos y asociadas contabilizados por el método de la participación, Diferencias de cambio, Resultados por unidades de reajuste e impuestos a las ganancias. EBIT es equivalente al Resultado Operacional usado en el formulario 20-F
7. ROADA (ó EBITDA por sus siglas en inglés), es definido por la Compañía como Resultado Operacional antes de Depreciación y Amortización. EBITDA es equivalente al ORBDA (Operating Result before Depreciation and Amortization), usado en el formulario 20-F

Iniciativas para la innovación (CCU 14.1)

Innovación (DMA 14) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

Para CCU, la Innovación es la generación de valor sustentable a través de la ejecución constante de nuevas formas de hacer las cosas.
Es importante contar con la capacidad de anticipar los cambios del entorno, y mejorar día a día la forma de realizar el trabajo, para poder sustentar el Modelo de Negocio y crecer continuamente.

¿Cuál es el objetivo?

En el corto plazo se busca fomentar las capacidades y actitudes propicias para la innovación, promoviendo la innovación como componente constitutivo de la Cultura de Mercado de CCU. Además, la empresa desea acercarse al ecosistema de innovación, participando activamente de los foros donde participan quienes impulsan el emprendimiento y la innovación en Chile y generando redes con los actores claves.
En el largo plazo se busca abrir las fuentes de innovación a través de un proceso formal de apoyo a ideas con alto potencial, que provengan de todos los actores que interactúan con CCU.

¿Cómo se gestiona?

Se gestiona como elemento transversal de las cuatro causas del Modelo de Preferencia, y desde las distintas áreas funcionales de la Compañía, lideradas por los frentes de implementación de la GEF. Junto con esto, Recursos Humanos impulsa la innovación, promoviendo una Cultura de Mercado; y por su parte, Asuntos Corporativos lidera la promoción del pilar de innovación de la marca CCU. Finalmente, la Gerencia de Desarrollo es quien coordina todos los esfuerzos existentes, alineándolos hacia un objetivo común y llevando a cabo iniciativas corporativas que promuevan la innovación; como concursos internos y alianzas con actores del ecosistema de innovación.

¿A qué grupo de interés impacta?

Accionistas y trabajadores

CCU aspira a ser una empresa abierta a nuevas oportunidades de negocio, tecnologías y otras formas de colaboración provenientes tanto desde dentro de la Compañía como de actores externos. Es así como se busca que la innovación sea parte de la cultura y la forma en que se hacen las cosas. Para esto se cuenta con las diferentes áreas de CCU que gestionan la innovación. Este comité se reúne de forma mensual y en él se postulan los objetivos a largo plazo, se establecen los procesos necesarios para ejecutar un plan de innovación que aporte a todos los niveles de la organización, y se coordinan las distintas iniciativas a desarrollar en el mediano plazo.

Dentro de estas iniciativas se encuentran:

- Encuentro de Innovación bianual liderado por Inteligencia de Mercados, donde se exponen las innovaciones de las distintas marcas.
- Concursos abiertos de ideas en busca de soluciones a desafíos concretos, fomentando la participación a nivel de unidades de negocios y corporativo en Chile.
- Fondos concursables anuales en busca de soluciones a distintas problemáticas de la organización, con un desarrollo más profundo de las propuestas e implicancias de la solución por parte de los participantes.
- Participación en actividades externas a la organización de forma de posicionar la marca como una empresa que apoya la innovación y está presente en su ecosistema.
- Participación en foros de innovación, que permitan estar en contacto con nuevas tendencias y temáticas; que incentiven a las distintas áreas de la Compañía a explorar nuevas formas de enfrentar los desafíos en el trabajo y permitan establecer redes con otras organizaciones o instituciones que están trabajando estos temas.

Fondos concursables

Se busca solucionar un desafío concreto a través de un concurso abierto a toda la organización. El concurso se desarrolla en etapas, donde las ideas van siendo trabajadas y seleccionadas para llegar a una final donde se elegirán las ideas ganadoras. La implementación

Primer Proyecto de Litro de Luz en Chile Alumbrado ecológico autosustentable en Renca

La primera experiencia de Litro de Luz en Chile se realizó en el contexto del Festival Internacional de la Innovación Social 2015 (fiiS), del cual CCU fue auspiciador oficial.

CCU y fiiS, en un trabajo conjunto con los vecinos de Villa Antumalal, Renca, se unieron para implementar el primer proyecto piloto de Litro de Luz en Chile, mediante la instalación de 50 postes totalmente ecológicos, con el fin de iluminar a esta comunidad[1].

ocurre primero como fase piloto y luego si es exitosa, se implementa a nivel nacional. Estos concursos permiten alta visibilidad y reconocimiento a los participantes, junto con realizar un trabajo explorativo, en equipo y con un alto nivel de empoderamiento.

El 2015 se realizó el primer fondo concursable, en conjunto con la Gerencia de Excelencia Funcional. Se planteó el desafío de "Cómo mejorar la forma de atender y vender a nuestros clientes" enmarcado en el frente de Excelencia Comercial, en el cual cuatro ideas resultaron ganadoras, las cuales están trabajando la implementación de sus pilotos. A mediados del 2016 está planificado lanzar el próximo fondo concursable.

Presencia externa

CCU participó como uno de los auspiciadores principales en el Festival Internacional de Innovación Social (fiiS) donde además se trabajó en conjunto con la comunidad de Renca en el proyecto de la Fundación Litro de Luz con un piloto para dar una solución de iluminación autosustentable en ese lugar. En fiiS, CCU participó con stands en la Expo Parque Bicentenario y Expo Quinta Normal, y de forma paralela el proyecto Litro de Luz reunió más de 50 voluntarios de CCU y familias de Renca para instalar 50 postes de alumbrado autosustentables. Además, durante el 2015 también se auspició la Cumbre de Emprendedores y Feria de Emprendimiento de la ASECH.

Foros de innovación

Actualmente CCU es socio del Centro de Innovación de la Universidad Católica, institución que otorga su apoyo acercando a las grandes compañías al mundo de las micro y pequeñas empresas y facilitadores de innovación. Mensualmente realizan charlas, workshops, talleres, entre otros, que permiten ampliar la visión de nuestros procesos, iniciativas, tecnologías y paradigmas, ampliando la visión sobre las tendencias en temas relacionados a la gestión de la innovación, cultura organizacional, entre otros.

Expectativas y metas a futuro

CCU busca generar una Cultura de Mercado con enfoque hacia nuestros consumidores y clientes, alineada a nuestros Valores Corporativos Internos.

Con respecto a los concursos, se espera que las convocatorias sean más altas y que con el tiempo estas iniciativas comiencen a surgir de manera orgánica y sean comunicadas constantemente entre quienes trabajan en CCU. Junto con esto, se espera poder capturar continuamente mejoras en todas las unidades y funciones del negocio.

Con respecto a los fondos concursables, se espera fomentar una actitud proactiva y de colaboración. La implementación de estos proyectos permiten buscar soluciones a desafíos concretos de la empresa, reunir equipos de trabajo multidisciplinarios que mejoran la conexión entre las personas, internalizar el concepto de prueba y error como parte del proceso de creación, y dar reconocimiento a quienes están realizando un trabajo con un alto nivel de empoderamiento y excelencia.

Como meta se establece el poder implementar de forma exitosa los proyectos ganadores de estos concursos y que generen valor a nuestras operaciones.

En forma paralela, se espera en el mediano plazo poder integrar en la estrategia de innovación corporativa y desde cada uno de sus frentes, a todas las unidades y países en los que operamos.

Por último con respecto al ecosistema de innovación, se espera fomentar internamente una mentalidad abierta y conectada con las tendencias del mercado y de innovación, que esté abierta a nuevas oportunidades de negocio y tecnologías; a la vez generar redes con actores externos que en un futuro permitan abrir los desafíos de la compañía a empresas, instituciones e innovadores independientes que se encuentran fuera de la organización, permitiendo alcanzar oportunidades de negocio tanto dentro como fuera de CCU.

1. Para más información sobre el Proyecto Litro de Luz, revisar el Capítulo Comunidad de este informe.

Finalistas Fondos Concursables CCU 2015

Daniela Santibañez, Esteban Araya, Daniel Gimenez, Katerin Castillo y Víctor Bonilla

Katherine Aravena y Paola Valdés

Rodrigo Sanhueza y Nicolás Vásquez

Alicia Carranza y Chifook Ow

03
Trabajadores

“En la actualidad, más de 6.000 personas dan vida a las Unidades de Negocio que conforman CCU en Chile. Ellas contribuyen a la gestión y a la sustentabilidad de la organización, para cumplir con la Misión de la Compañía y fortalecer su liderazgo en el mercado”

El espíritu de CCU que define a su gente (G4-56)

En la actualidad, más de 6.000 personas dan vida a las Unidades de Negocio que conforman CCU en Chile. Ellas contribuyen a la gestión y a la sustentabilidad de la organización, para cumplir con la Misión de la Compañía y fortalecer su liderazgo en el mercado.

A partir de la definición de la Misión “en CCU nos gusta el trabajo bien hecho, por el bien de las personas”, se entregan lineamientos de la forma en la que la Compañía busca llevar a cabo sus actividades, y que guían al comportamiento de sus trabajadores. En 2015 y como producto de un intenso trabajo para llevar la Misión de CCU a la práctica y reforzar sus principios, se lanzaron los valores corporativos internos: Excelencia, Empoderamiento y Generosidad. A través de ellos se busca que todas las personas que integran la Compañía los vivan día a día.

La distinción de los valores se realiza a través de evaluaciones de desempeño, reconocimientos entre pares y un gran premio al Espíritu CCU, que se entrega una vez al año a un colaborador de cada Unidad de Negocios de la Compañía; mediante la votación abierta de todos los trabajadores.

La posibilidad de que cada trabajador pueda realizar una carrera al interior de la Compañía es esencial para consolidar un trabajo en equipo que se proyecte en el largo plazo. Por eso, la gestión de las personas es un objetivo clave. Todos los colaboradores son socios estratégicos en el éxito del negocio. En consecuencia, CCU implementa programas de desarrollo laboral, beneficios, protección en salud y seguridad, para lo cual ha puesto a disposición del personal una Dirección Laboral independiente en cada una de las empresas.

Dotación y distribución (G4-10)

En 2015, la dotación de CCU en Chile aumentó en 1,3%, alcanzando 6.338 trabajadores, 81 más que en 2014. Grupo San Pedro Tarapacá y Transportes CCU fueron las empresas que contaron con el mayor

Valores Corporativos Internos

1. **EXCELENCIA:** Capacidad de realizar el trabajo bien hecho, de forma prolija, ordenada y planificada, con independencia de las circunstancias, lo que se traduce en un buen desempeño.

2. **EMPODERAMIENTO:** Capacidad de ser y actuar como dueños de nuestro trabajo, desarrollándolo de manera autónoma, proactiva y responsable, empoderando a otros cuando corresponda.

3. **GENEROSIDAD:** Capacidad de realizar las tareas con actitud de servicio, relacionándose con los demás de forma honesta, colaborativa, enfocándose en el bien de las personas, considerando el beneficio e interés de los demás y no solo el personal.

Ganadores Espíritu CCU 2015

Raúl Riquelme, CCU S.A.

Moisés Yáñez, Transportes CCU

Iván Barraza, CPCh

Carlos Oteiza, Cervecería CCU

Gabriela Ponce de León, CCU Argentina

Eduardo Marchant, Aguas CCU - Nestlé

Cristián Gatica, VSPT

Paola Vásquez, Comercial CCU

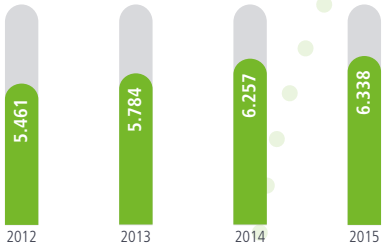
Néstor Navarro, ECCUSA

Sebastián Parra, PLASCO

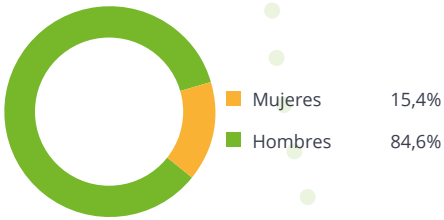
número de colaboradores en el año, con 1.198 y 1.412, respectivamente. A su vez, aquellas que tuvieron un mayor crecimiento del personal fueron CRECCU, con 16,7%, y Cervecería CCU, con 7,5%.

CCU siempre busca la estabilidad laboral de sus trabajadores, lo que se refleja en que el 95% tiene contrato indefinido y solo un 5% cuenta con contrato a plazo fijo. Asimismo, en relación a la participación laboral femenina, ésta aumentó a 15,4% en el periodo.

Evolución cantidad de trabajadores CCU 2015



Porcentaje de trabajadores 2015 por género



Tamaño de la plantilla [1]

	2014	2015
CCU S.A.	347	373
Cervecería CCU	758	811
ECCUSA [2]	1208	1179
Grupo San Pedro Tarapacá	1.153	1.198
Compañía Pisquera de Chile	277	267
PLASCO	169	163
Transportes CCU	1.410	1.412
Comercial CCU	437	456
Compañía Cervecera Kunstmann	117	102
CRECCU	60	70
Manantial	321	307
TOTAL	**6.257**	**6.338**

Distribución de trabajadores por Unidad de Negocio, tipo de contrato y género

	Trabajadores propios	
UEN	Mujeres	Hombres
CCU S.A.	155	218
Cervecería CCU	85	726
ECCUSA	98	929
Aguas CCU-Nestlé	11	141
Grupo San Pedro Tarapacá	342	856
Compañía Pisquera de Chile	39	228
PLASCO	7	156
Transportes CCU	71	1.341
Comercial CCU	28	428
Compañía Cervecera Kunstmann	29	73
CRECCU	27	43
Manantial	83	224
TOTAL	**975**	**5.363**

1. Existen diferencias con la Memoria Anual 2015 debido a que este Informe incluye a trabajadores de temporada.
2. Incluye Aguas CCU-Nestlé

Un equipo de excelencia

Sentido de pertenencia

(DMA 12) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

Para CCU es fundamental que los trabajadores desarrollen un profundo sentido de pertenencia, a través de la entrega de oportunidades de crecimiento y de desarrollo profesional, como también de beneficios personales y familiares. Esto le permite a la Compañía contar con una adecuado nivel de salud organizacional y obtener resultados en 3 dimensiones: reconocimiento externo, desarrollo interno y sustentabilidad económica.

¿Cuál es el objetivo?

El objetivo es aumentar el sentido de pertenencia de los colaboradores de CCU. Para lograrlo, se debe trabajar en mejorar la gestión del clima organizacional y cultura organizacional. De esta manera, se podrá disminuir la tasa de ausentismo, la fuga de talentos y la rotación voluntaria.

¿Cómo se gestiona?

Se gestiona, principalmente, a través del Modelo de Gestión de Recursos Humanos, que busca alcanzar un nivel adecuado de salud organizacional, por medio de 5 causas: Nuestra Gente, Dirección, Reconocimiento, Calidad de Vida y Excelencia Administrativa.

Los planes definidos para aumentar el sentido de pertenencia de los colaboradores son:

- CCU en Equilibrio: Programa que desarrolla iniciativas en 4 pilares fundamentales de Bienestar, Familia y Entorno, Orientación al Mercado y Desarrollo Personal
- Difusión de Valores Corporativos Internos: Excelencia, Empoderamiento y Generosidad
- Movilidad Interna
- Gestión de Clima
- Reconocimientos

¿A qué grupo de interés impacta?

Trabajadores.

Diálogo y participación (G4-11)

El diálogo directo, fluido y respetuoso con los trabajadores de CCU es fundamental para potenciar el bienestar de las personas. Por esta razón, la Compañía asegura la libertad de asociación de sus colaboradores. Las necesidades y los requerimientos de los sindicatos son atendidos por los Gerentes de Recursos Humanos y el Gerente General de cada empresa, buscando generar siempre una comunicación expedita y de confianza entre todas las partes.

En la actualidad existen 44 sindicatos operativos en la Compañía, los cuales están conformados por el 55% de los trabajadores. En este contexto, el total de personas cubiertas por un contrato o convenio colectivo en 2015, representó un 67% del total de la dotación. Esta cifra considera negociaciones colectivas con sindicatos, grupos negociadores y extensión de beneficios a trabajadores no sindicalizados.

Por otra parte, en 2015 no hubo horas de trabajo perdidas por conflictos en la industria, huelgas o toma de instalaciones. Esta cifra confirma la preocupación constante de la Compañía por resguardar el bienestar y los intereses de sus trabajadores.

Porcentaje de trabajadores cubiertos por convenios colectivos

UEN [3]	N° de sindicatos	N° de trabajadores no sindicalizados	N° de trabajadores cubiertos por instrumento colectivo	N° de trabajadores no cubiertos por instrumento colectivo
CCU S.A. [4]	1	352	28	345
Cervecería CCU	6	314	580	231
ECCUSA	5	355	749	278
Aguas CCU-Nestlé	3	27	126	26
Grupo San Pedro Tarapacá [5]	6	641	778	420
Compañía Pisquera de Chile	3	127	149	118
PLASCO	2	43	121	42
Transportes CCU	10	417	1.051	361
Comercial CCU	7	162	325	131
Compañía Cervecera Kunstmann	1	49	56	46
CRECCU		69	5	65
Manantial		307	259	48
Total	**44**	**2.863**	**4.227**	**2.111**

3. No se considera el resultado de FOODS Alimentos CCU.
4. CCU SA. Corresponde a colaboradores que trabajan en las unidades de apoyo corporativo.
5. Incluye Viña San Pedro Tarapacá y Viñas Orgánicas. No incluye trabajadores agrícolas de temporada.

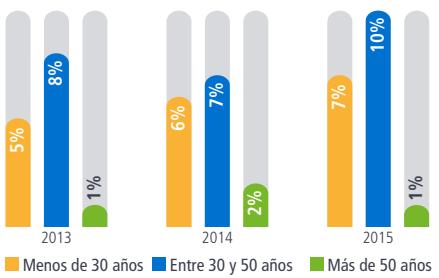
Rotación (G4-LA1)

Durante el año 2015, 1.089 de los 6.016 trabajadores con contrato indefinido dejaron la organización. De ellos, el 15% correspondió a hombres y el 3% a mujeres.

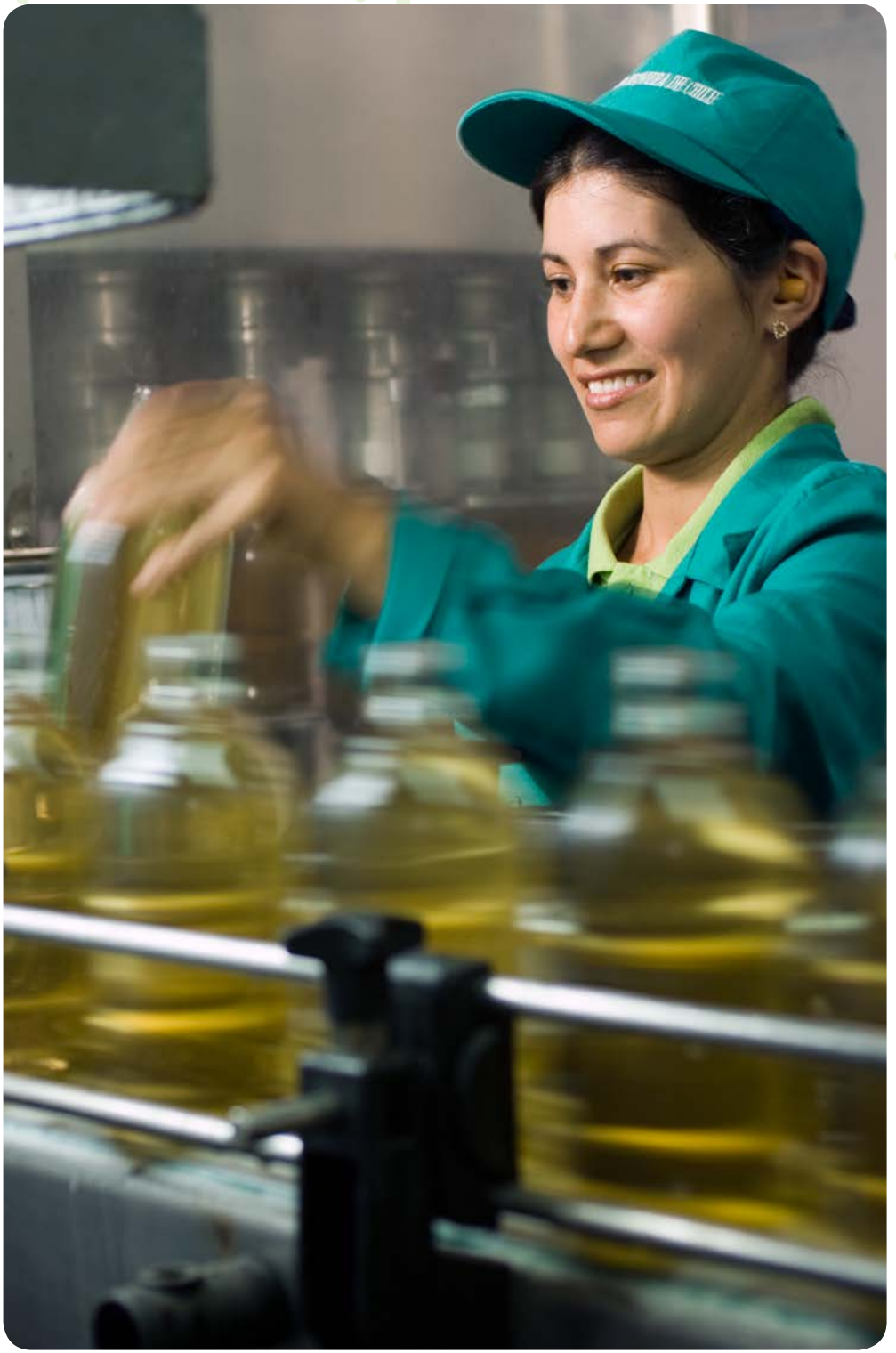
Distribución de la rotación por unidad [6]

Empresa	2014		2015	
	N°	% rotación	N°	% rotación
CCU S.A.	70	1%	52	1%
Cervecería CCU	93	2%	113	2%
ECCUSA [6]	117	2%	154	3%
Grupo San Pedro Tarapacá	186	3%	260	4%
Compañía Pisquera de Chile	43	1%	27	0%
PLASCO	18	0%	20	0%
Transportes CCU	216	4%	218	4%
Comercial CCU	37	1%	46	1%
Compañía Cervecera Kunstmann	12	0%	21	0%
CRECCU	4	0%	3	0%
Manantial	70	1%	175	3%
TOTAL	**866**	**15%**	**1.089**	**18%**

Evolución anual de rotación de trabajadores por edad [7]



6. Incluye Aguas CCU-Nestlé.
7. El número de trabajadores que dejó la Compañía corresponde sólo al personal con contrato indefinido, no considera personal de temporada. El porcentaje de rotación se calcula utilizando el número total de trabajadores al final del periodo objeto del informe.



Sinergias (CCU 12.1)

El trabajo inter áreas permite la relación entre las diversas Unidades de la Compañía, lo que promueve el intercambio de conocimientos específicos, compartir las mejores prácticas al interior de CCU y posibilitar el desarrollo de los colaboradores. De esta forma, la Compañía busca una Organización Humana de Alto Desempeño.

Los tres principales focos en los cuales se concreta el trabajo inter área son: Acuerdo de Nivel de Servicio (ANS), Gerencia de Excelencia Funcional (GEF) y CCU Innova. Si bien promueven la interacción entre Unidades, es importante destacar que existen variadas instancias que requieren, por su propia naturaleza, el trabajo conjunto entre distintas áreas y unidades.

1. ANS: Comprende todos los Servicios Compartidos entre las distintas Unidades, los cuales son acordados cada año entre los contratantes.

2. GEF: Tiene como objetivos compartir las buenas prácticas entre las Unidades, hacer más eficientes los mecanismos de coordinación e incrementar el apoyo de análisis cuantitativos. Para lograrlo, GEF promueve el trabajo entre las Unidades Estratégicas de Negocio, Unidades Estratégicas de Servicios y las Unidades de Apoyo Corporativo.

3. CCU Innova: Promueve la cultura de innovación en CCU, con foco en fomentar la transferencia de mejores prácticas entre las Unidades.

Canales de comunicación interna (CCU 12.2)

Para CCU la coordinación y la comunicación entre todas sus unidades y niveles son aspectos fundamentales para el adecuado desarrollo del negocio. Por ello, cuenta con diversos canales a nivel general y otros establecidos para cada Unidad de Negocio.

Canales de comunicación CCU

Canal de comunicación	Descripción	Frecuencia
Intranet	Portal comunicacional que se encuentra disponible para todos los trabajadores con computador conectados a la red de CCU, en Chile, Argentina y Uruguay.	Cuando se requiere
Boletín Al Día CCU, online	Newsletter que contiene entre 9 y 15 noticias de las diferentes Unidades de CCU. Se envía a todos los trabajadores de CCU en Chile que poseen correo de la Compañía.	Quincenal.
Boletín Al Día CCU, impreso	Resumen con las noticias destacadas del Boletín online, con 8 noticias de las diferentes Unidades de CCU. Se coloca en los diarios murales de las distintas Unidades.	Quincenal.
Diarios murales	Alrededor de 120 diarios murales en todas las Unidades, ubicados en los diferentes lugares de trabajo a lo largo del país. Contienen afiches con información de cumpleaños, cumplimiento de ventas y Al Día CCU, entre otros.	Cuando se requiere
Mailing	Correos electrónicos para distintos grupos de trabajadores, según la relevancia y pertinencia de la información. Son enviados desde casillas de Recursos Humanos u otras áreas. Contienen información de cambios organizacionales, concursos internos, fallecimientos, campañas específicas y otra información oficial.	Cuando se requiere
Presentación del Plan Estratégico	Presentación que realiza el Gerente General o el Gerente de Desarrollo del Plan Estratégico de CCU S.A. Destinado a Gerentes, Subgerentes y Jóvenes Profesionales de las distintas Unidades de la Compañía.	Una vez al año.
Desayunos con el Gerente General de CCU S.A.	Asisten Jóvenes Profesionales y Subgerentes de las diferentes Unidades de la Compañía.	Desayunos con Jóvenes Profesionales 4 veces al año, y con Subgerentes 2 veces al año.

Clima organizacional

(DSCL.14) (DSCL.15)

La Encuesta de Clima Organizacional es una herramienta que permite identificar y aplicar acciones de mejora sobre el ambiente de trabajo de todas las personas que realizan labores en la Compañía.

Los resultados son presentados al Gerente General, Comité de Dirección y Comité de Gerentes entre octubre y noviembre de cada año. Luego son entregados a los gerentes de cada Unidad de Negocio y en diciembre a todos los trabajadores. En base a estos resultados se trabaja en planes de acción para el futuro, con el objetivo de mejorar las brechas identificadas.

El estudio evalúa dimensiones relacionadas con dirección y alineamiento, el calce del individuo con la cultura de CCU, desarrollo y reconocimiento, y calidad de vida, entre otros aspectos. Durante 2015, los resultados de este trabajo destacaron el sentido de pertenencia y el orgullo de los encuestados por trabajar en CCU. Los puntajes obtenidos llegaron a un promedio de 75%, lo cual cumple con la meta establecida.

Resultados encuesta de clima organizacional

Unidad	2013	2014	2015
CCU S.A.	84%	82%	82%
Cervecería CCU	78%	74%	74%
ECCUSA	77%	74%	76%
Aguas CCU Nestlé	66%	60%	60%
Grupo San Pedro Tarapacá	73%	73%	69%
Compañía Pisquera de Chile	73%	73%	73%
PLASCO	74%	70%	62%
Transportes CCU	77%	79%	78%
Comercial CCU	83%	87%	87%
Compañía Cervecera Kunstmann	68%	61%	75%
CRECCU	81%	98%	95%
Manantial	-	68%	69%
Consolidado	**77%**	**75%**	**75%**

Resultados encuesta clima organizacional por pregunta

	2013	2014	2015
Sé lo que se espera de mi trabajo.	85%	86%	84%
Dispongo de los recursos necesarios para hacer mi trabajo.	73%	73%	71%
Puedo utilizar mis capacidades, habilidades y conocimientos en mi trabajo.	83%	83%	82%
Se reconoce mi buen trabajo.	66%	64%	62%
Se entregan posibilidades de desarrollo acordes a las oportunidades que se generan.	62%	62%	60%
Mi trabajo tiene relación con los objetivos de mi Empresa.	90%	88%	88%
Existe en mi departamento o sección, preocupación por realizar un trabajo bien hecho.	84%	83%	82%
Soy informado periódicamente acerca de la marcha de mi unidad y de la empresa.	71%	70%	67%
En mi departamento o sección se toma en cuenta el interés de los demás.	68%	66%	65%
Los medios de comunicación internos de la empresa que se utilizan, son adecuados para mantenernos informados.	71%	71%	67%
Las condiciones de seguridad al interior de la Compañía son adecuadas.	76%	74%	73%
Me siento orgulloso de trabajar en CCU.	85%	85%	85%
En mi departamento o sección se trabaja en equipo.	78%	78%	77%
Estoy satisfecho con mi Empresa.	80%	81%	79%
Consolidado	**77%**	**75%**	**75%**

Nuevas acciones para avanzar en la seguridad

Cultura de la seguridad

(DMA 4) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

El trabajo en CCU y sus distintas Unidades de Negocio, están asociados a diversos riesgos que pueden poner en juego la salud y/o seguridad de los trabajadores. En este sentido, es de primera importancia tener estos factores evaluados, controlados y generar una cultura que promueva el autocuidado.

¿Cuál es el objetivo?

CCU promueve la buena salud y la seguridad de sus trabajadores, para lo cual ha establecido una política de "cero accidentes".

¿Cómo se gestiona?

Durante 2015 fue incluido el Pilar de Seguridad en el Plan OCA/TPM. Éste se ha implementado en las distintas Unidades de Negocios, a través de la formación de un Comité de Seguridad por planta, y un comité de Seguridad central, liderado por el Gerente OCA/TPM. A su vez, existe una herramienta de seguimiento mensual -Pirámide de Seguridad- que da cuenta de accidentes e incidentes de diversa naturaleza y gravedad, además de elementos y procedimientos preventivos. La pirámide es aplicada en cada una de las Unidades de Negocio.

La seguridad también es gestionada a través de los comités paritarios de la Compañía.

¿A qué grupo de interés impacta?

Trabajadores y contratistas.

En el contexto del nuevo Proceso Directivo de Excelencia Operacional 2015, se incorporó a la Compañía el pilar de Seguridad y Salud Ocupacional (S&SO). Éste tiene por objetivo la prevención y el logro de una tasa de "cero accidentes" en todas las Unidades de Negocio.

Este Pilar S&SO se inició con la formación de un Comité de Seguridad por planta, liderado por el Gerente OCA/TPM.

Se implementó la Pirámide S&SO, que entrega información mensual de los eventos ocurridos en cada planta: accidentes, incidentes, cuasi incidentes y días perdidos. Asimismo, se incorporó el Reporte Temprano de Accidentes, que incluye un análisis de "5 Por Qué". Esta metodología es utilizada para identificar y profundizar en las causas que originan un problema, para encontrar las soluciones correspondientes y evitar que los accidentes vuelvan a ocurrir, además, las alertas tempranas entre unidades y entre plantas busca el analizar si se cuenta con riesgos ya identificados en otro sitio y que requieren de medidas preventivas.

En los programas de Prevención de Riesgos y Salud Ocupacional de las unidades de CCU se establecen las responsabilidades, funciones y actividades que se desarrollan en materia de prevención de riesgos. Asimismo, en los Comités Paritarios, los esfuerzos se centran en la identificación de peligros y en su evaluación, para aplicar las medidas de control, de acuerdo a un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional (OHSAS 18001:2007).

A 2015 la empresa cuenta con 6 Unidades de Negocio Certificadas bajo OHSAS 18.001 en un 100%. Mientras que Transportes CCU cuenta con el 25% de sus centros de distribución certificados bajo el mismo estándar.

Programas y campañas de seguridad laboral

(CCU 4.1) (G4-LA7)

En 2015 se llevaron a cabo más de 90 programas e iniciativas de seguridad laboral al interior de la Compañía y en sus Unidades de Negocio. De ellos, 76 correspondieron a programas de prevención y/o control de riesgos, y 23 estuvieron orientados a la educación en esta materia.

Los riesgos o enfermedades profesionales asociados a las actividades que realizan los trabajadores de CCU varían de acuerdo a la naturaleza de sus funciones y responsabilidades. Por ejemplo, en Comercial CCU y Transportes CCU existe exposición a accidentes de tránsito vehicular y/o peatonal; y en las áreas de producción de las Unidades de Negocio se presenta exposición a ruido con nivel de presión sonora elevado, contacto con electricidad, sobreesfuerzos por el manejo manual de cargas, y/o exposición al contacto con productos químicos. Es así como la formación en prevención y autocuidado, más la utilización obligatoria de los elementos de protección personal adecuados para cada tarea son fundamentales.

A pesar de ello, en 2015 ocurrió un accidente de tránsito en horario laboral, que resultó en la muerte de un trabajador. La Compañía lamenta lo sucedido y espera que eventos como éste no vuelvan a ocurrir.

Algunos programas e iniciativas desarrolladas durante 2015

- Semana de la seguridad

- Formación de brigadas de emergencia y simulacros

- Capacitaciones (primeros auxilios, prevención de riesgos, manejo manual de cargas, exposición a productos químicos, manejo defensivo, etc.)

- Inspecciones y auditorías

- Programa de observaciones (observación de conductas de los trabajadores para identificar oportunidades de mejora en la prevención de accidentes)

Comités de seguridad en CCU

(G4-LA5) (G4-LA6)

Para promover y resguardar la seguridad de los trabajadores, CCU ha tomado diversas medidas que se implementan desde la base de su pirámide organizacional, representada por los colaboradores y los comités de Higiene y Seguridad. CCU cuenta con 37 comités, compuestos cada uno por 3 representantes de los trabajadores y 3 de la empresa. De esta manera, cumple con la normativa chilena que exige tener comités paritarios de Higiene y Seguridad en todas las empresas con más de 25 trabajadores. Por otra parte, los temas de salud y seguridad laboral se encuentran regulados legalmente y no están contemplados en los contratos colectivos.

Los comités cumplen con las siguientes funciones:

- Instruir a los trabajadores en la utilización de implementos de protección.
- Indicar la adopción de todas las medidas de higiene y seguridad que sirvan para la prevención ante riesgos profesionales. Además, se vigila por su cumplimiento.
- Investigar las causas de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales que se produzcan en la empresa.
- Decidir si la ocurrencia de accidentes o enfermedades profesionales se debe a negligencias inexcusables del trabajador.

Para complementar estas medidas, CCU posee en sus principales centros de trabajo, policlínicos de atención de primeros auxilios y medicina general.

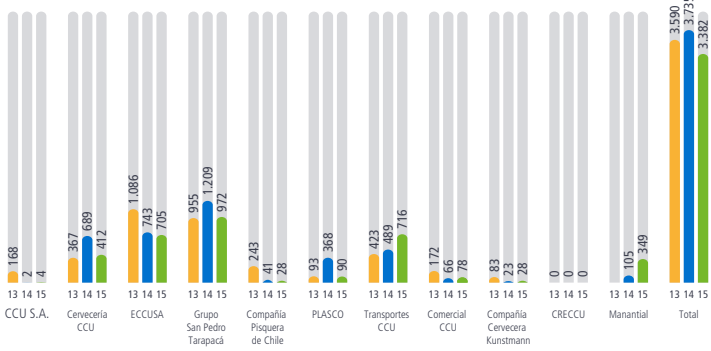
Trabajadores representados en comités paritarios de Salud y Seguridad

Comités	2014				2015			
	N° de colaboradores representados en el comité	% de colaboradores representados en el comité	N° de participantes colaboradores	N° de participantes directivos	N° de colaboradores representados en el comité	% de colaboradores representados en el comité	N° de participantes colaboradores	N° de participantes directivos
CCU S.A.	320	5	6	6	351	6	6	6
Cervecería CCU	486	8	6	6	642	10	9	9
ECCUSA [9]	952	15	18	18	902	14	11	12
Grupo San Pedro Tarapacá	1.624	26	60	60	1.648	26	60	70
Compañía Pisquera de Chile	114	2	9	9	133	2	9	9
PLASCO	161	3	6	6	154	2	6	6
Transportes CCU	1.248	20	108	108	1.317	21	72	72
Comercial CCU	243	4	36	36	218	3	30	30
Compañía Cervecera Kunstmann	114	2	6	6	107	2	6	6
CRECCU	0	0	0	0	40	1	3	3
Manantial	322	5	7	7	180	3	6	6
Total	**5.584**	**90**	**262**	**262**	**5.692**	**90**	**218**	**229**

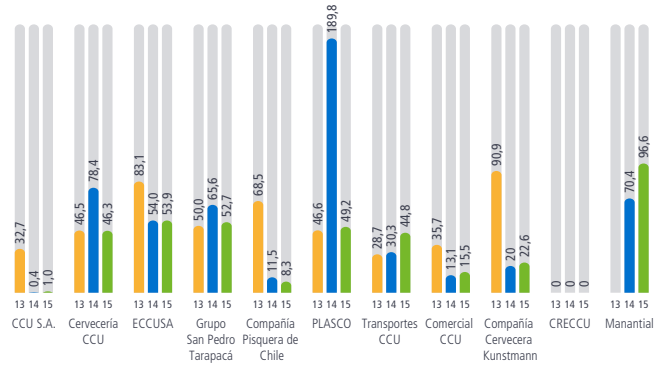
9. Incluye Aguas CCU-Nestlé.

Accidentabilidad de colaboradores por Unidad de Negocio

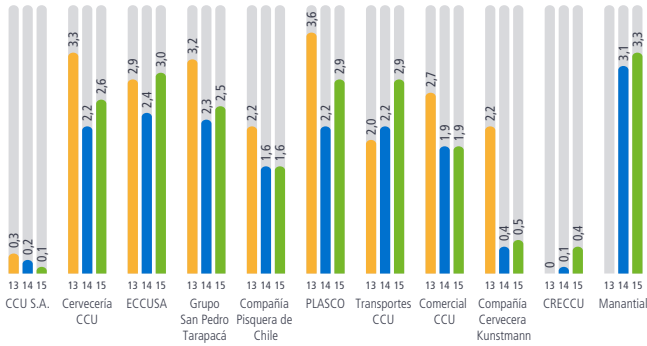
Días perdidos por Unidad de Negocio [10]



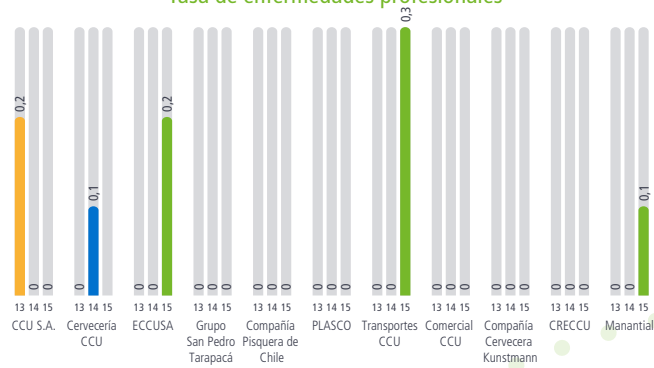
Tasa de días perdidos por Unidad de Negocio



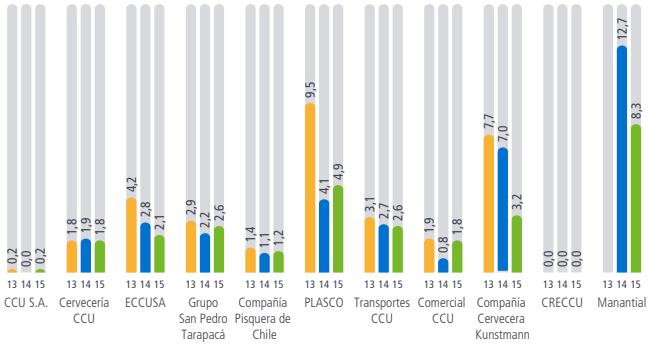
Tasa de absentismo por Unidad de Negocio



Tasa de enfermedades profesionales



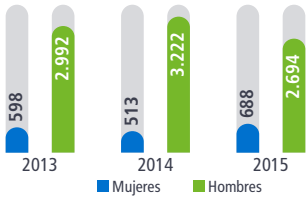
Tasa de accidentes por Unidad de Negocio



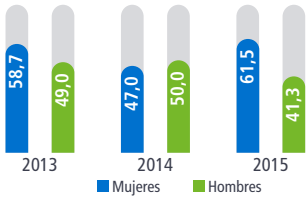
10. Aguas CCU-Nestlé se incluye en Embotelladoras Chilenas Unidas (ECCUSA).

Cifras de accidentabilidad por género

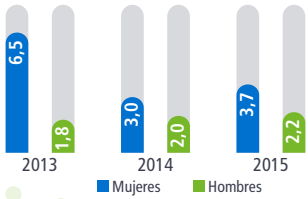
N° de días perdidos por género



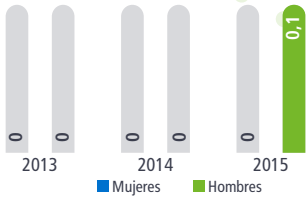
Tasa de días perdidos por género



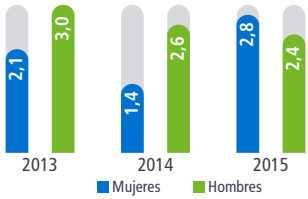
Tasa de absentismo por género



Tasa de enfermedades profesionales por género



Tasa de accidentes por género



Formación para la excelencia (G4-LA9) (G4-LA10)

Desarrollo de carrera

(DMA 11) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

El desarrollo y constante capacitación de los trabajadores de CCU es clave para cumplir la Misión de realizar un "trabajo bien hecho, por el bien de las personas". El riesgo de perder las experiencias y conocimientos específicos de los trabajadores lo debemos gestionar entregando posibilidades de desarrollo y constantes desafíos.

¿Cuál es el objetivo?

Potenciar el desarrollo profesional de los colaboradores de CCU. La Compañía trabaja en la retención de talentos, a través de promociones y nombramientos. Busca privilegiar la movilidad interna, llenando al menos el 80% de las plazas disponibles con trabajadores propios y el 20% con externos.

¿Cómo se gestiona?

El Desarrollo de Carrera en CCU se gestiona a través del Programa de Desarrollo de Talentos. Éste mapea la organización en base a Evaluaciones de Desempeño y de Potencial [11]. En base al mapeo generado y a las brechas detectadas en las evaluaciones, se realizan acciones de capacitación y desarrollo para los colaboradores de CCU. A su vez, se implementa un mapa de posiciones críticas y se establecen planes de sucesión.

¿A qué grupo de interés impacta?

Trabajadores

11 La Evaluación de Desempeño mide el Qué (Balanced Scorecard (BSC) y áreas de responsabilidad que se reflejan en una descripción de cargo) y el Cómo (Valores Corporativos Internos). La Evaluación de Potencial mide la capacidad de Liderazgo, Aprendizaje, Conocimiento del Negocio y Ambición.

La formación es clave para el desarrollo de carrera de los trabajadores de CCU y para la salud organizacional de la Compañía. Por lo tanto, se ha dispuesto de una serie de iniciativas de capacitación, que les permiten a los colaboradores incrementar sus conocimientos técnicos y profesionales, así como sus competencias.

En 2015, CCU impartió un total de 132.163 horas de formación, considerando todas las Unidades de Negocios. Se logró un promedio de 65,57 horas para mujeres y 31,07 para hombres, que abarcaron a gerentes, subgerentes, profesionales, técnicos, empleados y operarios. En este ámbito, destacó la realización de iniciativas de capacitación interna junto a institutos profesionales, además de talleres de liderazgo. A su vez, en el ámbito externo se efectuaron cursos de idiomas, de habilidades interpersonales y de administración.

Por otra parte, CCU fomenta el desarrollo profesional, mediante financiamiento de programas de magíster, diplomados, carreras técnicas y profesionales. A través de ellos, permite que los trabajadores cesen sus labores para dedicarse a estudiar durante un periodo determinado.

Los principales planes para abordar el Desarrollo de Carrera en CCU son:

- Intercambio con Socios Estratégicos.
- Intercambio entre Unidades (Política de Movilidad Nacional e Internacional).
- Capacitación Ad-Hoc.
- Experiencias Críticas.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con planes específicos de desarrollo de carrera para las áreas de operaciones y ventas. Éstos buscan:

- Retención de Talento.
- Promoción.
- Nombramientos.

Horas de formación 2015 (12)

Categoría de trabajadores	Mujeres			Hombres		
	N° de trabajadores capacitados	N° de horas de formación	Promedio de horas de formación	N° de trabajadores capacitados	N° de horas de formación	Promedio de horas de formación
Gerentes	5	454	90,80	36	2.484	69,00
Subgerentes	21	1.221	58,14	83	6.809	82,04
Profesionales y Técnicos	231	19.238	83,28	652	39.041	59,88
Empleados y Operarios	107	2.955	27,62	2.715	59.961	22,09
Total	**364**	**23.868**	**65,57**	**3.486**	**108.295**	**31,07**

Horas de formación por Unidad de Negocio (13)

Unidad de Negocio	Mujeres			Hombres		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
CCU S.A.	9.977	5.424	4.738	13.135	10.167	5.794
Cervecería CCU	1.778	5.415	5.718	20.011	20.717	20.691
ECCUSA	3.769	2.963	5.265	21.500	17.596	25.123
Compañía Pisquera de Chile	494	87	64	4.564	1.387	2.342
PLASCO	948	961	981	13.975	5.957	15.259
Transportes CCU	2.603	1.477	2.168	27.697	21.630	22.325
Comercial CCU	103	225	382	6384	5199	10.764
Compañía Cervecera Kunstmann	354	708	2.500	564	705	2.503
CRECCU	19	1.267	2.052	68	3.565	3.494
Total	**20.045**	**18.527**	**23.868**	**107.898**	**86.923**	**10.8295**

Programas de formación (13)

Programa de formación	Descripción	Tipo de programa	2013		2014		2015	
			N° de beneficiarios	% de beneficiarios respecto del total	N° de beneficiarios	% de beneficiarios respecto del total	N° de beneficiarios	% de beneficiarios respecto del total
Formación Interna	TPM - WCO - 5S - Ventas - Liderazgo	Cursos de formación interna.	1063	24	2.104	39,5	2.926	46,2
Formación Externa	Gestión Calidad - Gestión Productividad- Logística- Administración- Habilidades interpersonales- Idiomas	Financiamiento para capacitación externa.	1864	43	1.191	22,3	1.903	30
Desarrollo Profesional	Magíster- Diplomados- Carreras Profesionales y Técnicas	Financiamiento para formación profesional externa	102	2	111	2,1	127	2
Desarrollo Profesional	Desarrollo Profesional (en el extranjero)	Conceden períodos de excedencia, garantizando regreso al empleo	3	0,06	5	0,1	4	0,1
Total			**3.032**	**69,06**	**3.411**	**64**	**4.960**	**78,3**

12. Se tomó en consideración a la familia de puestos que mantenía cada trabajador capacitado a noviembre 2015. Existe una diferencia de 5 personas en ambos cuadros, en relación al total de trabajadores hombres capacitados. Esto se debe a 5 personas que se cambiaron de Unidad durante 2015, por lo que se capacitaron en dos Unidades, siendo contabilizadas en ambas.
13. Datos no consideran información de Manantial ni Grupo San Pedro Tarapacá.

Plan de Capacitación CCU

(CCU 11.1)

CCU cuenta con un plan anual de capacitación para sus colaboradores, que dispone de tres etapas de desarrollo. En la primera, los supervisores directos de los trabajadores aplican un Modelo de Consultoría de Desempeño, a través del cual definen prácticas asociadas al logro de Indicadores de Gestión (KPIs). Este modelo contempla el establecimiento de experiencias de aprendizaje para cubrir las brechas identificadas en el Proceso de Evaluación de Desempeño.

En la segunda etapa, se elabora un pre programa de capacitación, sobre la base de ofertas articuladas por proveedores de servicios educacionales. Una vez aprobado, finalmente se aplica el Programa Anual de Capacitación en las Unidades de CCU, diseñado de acuerdo a las necesidades de los colaboradores y de las distintas áreas de la Compañía.

Evaluación de desempeño

(G4-LA11)

En CCU se busca que la totalidad de la dotación reciba una evaluación de desempeño. Ésta se realiza en abril de cada año para medir el "Qué se hace" y el "Cómo se hace", aspectos que se relacionan directamente con las tareas que debe cumplir cada trabajador y la forma en que las realiza, aspecto que va asociado a los Valores Corporativos Internos.

Por medio de estas evaluaciones, CCU identifica las fortalezas y las áreas de crecimiento de cada trabajador en su cargo respectivo para competencias técnicas y habilidades interpersonales. De esta forma, es posible asignar los procesos de formación y capacitación que permiten mejorar el desempeño en la organización. En 2015, un total de 5.465 de trabajadores (93%) se sometieron a este procedimiento.

Asimismo, en relación a los nuevos colaboradores, el área de Recursos Humanos realiza una encuesta de satisfacción a los 3, 6 y 9 meses de haber ingresado a la Compañía, para así conocer si las personas incorporadas y sus jefaturas están conformes con el trabajo realizado.

Porcentaje de trabajadores que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional por género y categoría profesional.

	2013			2014			2015		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
N° de colaboradores evaluados	609	4.103	4.712	702	4.333	5.035	725	4.358	5.083
% respecto del total de colaboradores	85%	93%	92%	89%	94%	93%	90%	94%	93%
Total [14]	**713**	**4.426**	**5.139**	**792**	**4.634**	**5.426**	**807**	**4.658**	**5.465**

Evaluación de desempeño por categorías de empleados

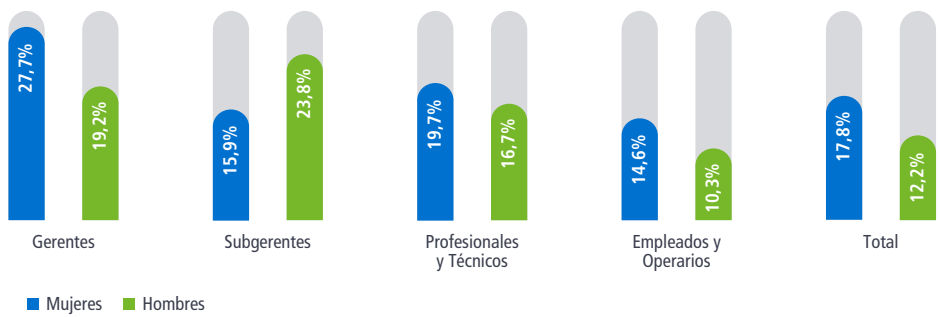
	Total	
Categoría de empleado	2014	2015
Gerentes	79	69
Subgerentes	178	191
Profesionales y técnicos	1.291	1.311
Empleados y Operarios	3.487	3.512
Total	5.035	5.083

Movilidad interna (DSML.16) (DSML.17)

Con el objetivo de aprovechar las capacidades de los trabajadores, CCU ha establecido como política interna que las vacantes de gerentes y subgerentes deben ser llenadas en un 80% por colaboradores propios y en un 20% por nuevas contrataciones. De esta manera, se complementa la visión de la Compañía con aquella que puedan aportar nuevos talentos.

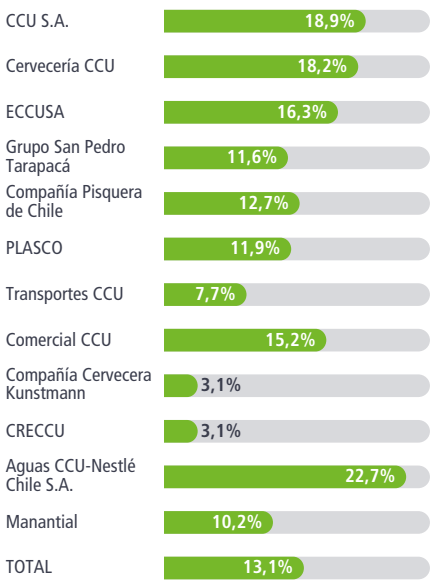
En 2015 la movilidad interna en CCU alcanzó un 13,1%, cifra que correspondió en 17,8% para las mujeres y en 12,2% para los hombres. La Unidad de Negocios que alcanzó un mayor índice fue Aguas CCU-Nestlé, con un 22,7%, seguida por CCU S.A., con 18,9%, Cervecería CCU, con 18,2%. En relación a las categorías de trabajadores, la que mayor movilidad demostró durante este año fue la de subgerentes, con un 22,3%. En términos globales el 45,0% de las vacantes fueron ocupadas por colaboradores de CCU, mientras que el restante 55,0% fue cubierto por nuevas contrataciones.

Porcentaje de movilidad interna por género y categoría de trabajadores



14. La dotación de colaboradores corresponde a los trabajadores de planta vigentes a la fecha de la evaluación (abril de cada año), sin considerar Manantial.

Porcentaje de movilidad interna por Unidad de Negocio



Relación sueldo mínimo nacional y sueldo inicial en CCU en $

	2015	
	Mujeres	Hombres
Sueldo mínimo nacional por mes.	241.000	241.000
Sueldo mínimo nacional por hora.	1.339	1.339
Sueldo inicial estándar de la organización.	245.618 - 588.199	241.000 - 588.110
Relación porcentual entre sueldo mínimo local y sueldo inicial estándar de la organización.	1,7	1,8
Número de colaboradores que reciben el sueldo inicial estándar.	263	694
Número de colaboradores que reciben el sueldo mínimo.	0	2
Porcentaje de colaboradores que reciben el sueldo inicial estándar respecto del total, por género	27%	13%

Empresas con mayor dotación	2013			2014			2015		
	Sueldo inicial estándar ($)	Sueldo inicial por hora ($)	Relación porcentual entre sueldo mínimo local y sueldo inicial estándar ($)	Sueldo inicial estándar ($)	Sueldo inicial por hora ($)	Relación porcentual entre sueldo mínimo local y sueldo inicial estándar ($)	Sueldo inicial estándar ($)	Sueldo inicial por hora ($)	Relación porcentual entre sueldo mínimo local y sueldo inicial estándar ($)
Cervecería CCU	405.611	2.253	1,9	331.661	1.843	1,5	583.742	3.243	2,4
ECCUSA	407.975	2.267	1,9	429.325	2.385	1,9	491.888	2.733	2
Grupo San Pedro Tarapacá	213.034	1.184	1,04	225.000	1.250	1	245.618	1.365	1
Transportes CCU	342.534	1.903	1,6	368.028	2.045	1,6	302.756	1.682	1,3

Retribución por el trabajo bien hecho (G4-LA13)

En CCU la mayoría de los sueldos se encuentran sobre el ingreso mínimo nacional, que en 2015 alcanzó a $241.000. Del total de colaboradores de CCU, el 0,04% recibe esta remuneración, además de gratificaciones. Respecto a la brecha salarial por género, en CCU según la función y el nivel del cargo dónde existen hombres y mujeres los ingresos son equivalentes.

Salario mujeres respecto del salario de hombres:

97%	98%	96%	100%
2012	2013	2014	2015

04
Clientes y **Consumidores**

> **"CCU cuenta con una red compuesta por aproximadamente 134.500 clientes habituales. Ellos cumplen con un rol estratégico para acercar a los consumidores a los productos que pone a la venta la Compañía"**

Agregando valor a clientes y consumidores

Relación con clientes (DMA 3) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

Los clientes conforman un grupo de interés estratégico para la Compañía, ya que se vinculan de manera directa con el consumidor final. El mantener una relación de largo plazo y una atención directa con ellos, es clave para la sostenibilidad del negocio.

¿Cuál es el objetivo?

La Compañía debe estar atenta a las necesidades de sus clientes en todos los puntos de venta del país, ofreciendo un portafolio completo de productos CCU y una buena experiencia de compra, con el fin de suplir de forma oportuna sus requerimientos en cuanto a mercadería.

¿Cómo se gestiona?

CCU gestiona la relación con los clientes, por medio de vendedores multicategoría y macrocategoría. Ellos gestionan la venta de productos y atienden a botillerías, almacenes, restaurantes y mayoristas. Entregan una cobertura nacional desde Arica hasta Punta Arenas.

¿A qué grupo de interés impacta?

Clientes y consumidores.

CCU cuenta con una red compuesta por aproximadamente 134.500 [1] clientes habituales. Ellos cumplen con un rol estratégico para acercar a los consumidores a los productos que genera la Compañía.

Todos los clientes de CCU son atendidos por vendedores multicategoría y macrocategoría, quienes les entregan un servicio rápido y eficiente. Cada pedido es registrado y comunicado a los distintos centros de distribución que se ubican a lo largo del país. Las solicitudes son procesadas, para que los clientes las reciban en un plazo no superior a las 48 horas.

Para garantizar un servicio de excelencia, la fuerza de ventas de CCU está en constante contacto con los clientes. Realiza visitas a terreno que promedian 1,5 veces por semana, las cuales les permiten mantener un vínculo permanente, obtener retroalimentación sobre el proceso de abastecimiento y conocer las necesidades para brindar un servicio de calidad.

1. Número total de clientes CCU al mes de marzo 2016

CRECCU (CCU 3.1)

CRECCU es una Unidad Estratégica de Servicio (UES), que se especializa en entregar servicios financieros para otorgar capital de trabajo a los clientes minoristas de CCU. El segmento al que apunta CRECCU está constituido, principalmente, por almacenes con o sin patente, botillerías, fuentes de soda con o sin patente, restaurantes familiares y/o tradicionales y locales al paso.

El objetivo de esta filial consiste en facilitar el tipo de compra que realizan los clientes en grandes volúmenes, otorgando intereses más bajos que el promedio del mercado. Cuenta con medios de pagos eficientes, seguros y que otorgan plazos que van desde los 20 a los 50 días.

Actualmente, CRECCU cuenta con más de 8.500 clientes. En 2015 amplió sus operaciones a todas las zonas donde operan las Unidades Estratégicas de Negocios de la Compañía. Extendió su cobertura a las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins y Biobío. Esto se vio reflejado en un importante crecimiento de cobertura de clientes y aumento de volúmenes de venta en comercios tradicionales minoristas, almacenes y botillerías.

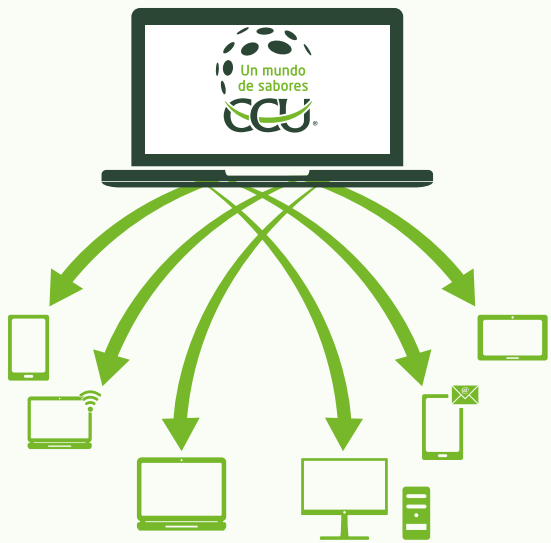
Durante el año se incorporó también una plataforma web, que automatiza y facilita los procesos, lo que ha mejorado la interrelación entre los clientes y la fuerza de venta. Para 2016 se espera continuar con la mantención y expansión de la cartera de clientes, con el fin de poder operar sobre una base de 10.000 clientes activos, logrando aumentar la tasa de uso de CRECCU en, aproximadamente, un 43%.

Monitoreo de satisfacción de clientes (G4-PR5)

CCU formó el área de Inteligencia de Mercado en 1991, para levantar información y realizar estudios de mercado sobre clientes y consumidores. Esto le posibilita a las Unidades de Negocio la elaboración de productos y la entrega de servicios que satisfagan sus necesidades y prioridades, a la vez que le ayuda a la Compañía a mantener los protocolos y estándares de calidad. De esta manera, trabaja en forma permanente para fidelizar a estos grupos de interés.

Club de Amigos CCU y venta a trabajadores online

La Compañía cuenta con una plataforma web que tiene cobertura desde Arica a Coyhaique. Está dirigida a los clientes que forman parte del **"Club de Amigos CCU"** y a sus trabajadores. Este sitio les permite hacer compras online con un importante beneficio en precios. Los productos solicitados son distribuidos a domicilio en Santiago y deben ser retirados directamente en los Centros de Distribución en regiones.



Asimismo, con el objetivo de brindarles una buena atención a sus clientes, y mantener una relación cercana con ellos, la Compañía ha dispuesto un sistema de monitoreo que le permite supervisar la atención que se les brinda por medio de vendedores multicategoría, de manera de continuar optimizándola y mejorándola. Gracias a él, una vez al año se mide la calidad de los servicios, el nivel de entrega de productos y la relación precio-calidad, entre otras variables que ayudan a identificar oportunidades de mejora.

Estudio de Lealtad y Satisfacción de Clientes

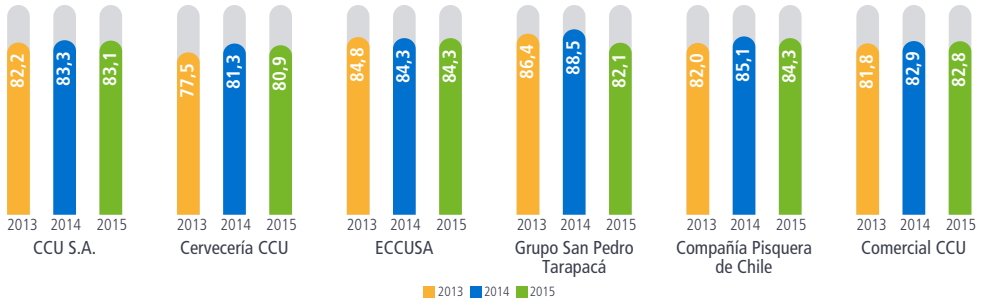
Desde 2001 CCU realiza el Estudio de Satisfacción de Clientes, que incluye a partir de 2009 el indicador de lealtad. El Estudio se lleva a cabo una vez al año, junto a la empresa IPSOS, para evaluar la satisfacción frente a todas las categorías de productos de la Compañía y de la competencia. De esta manera, analiza las percepciones de dueños y/o administradores de locales que tienen como proveedor a CCU, sobre bebidas analcohólicas, cervezas, vinos y destilados, como también acerca de cada dimensión de servicio y de la Compañía en general. Este estudio de tipo cuantitativo considera encuestas vía telefónica con cobertura nacional, cuyo alcance durante 2015 fue de 3.026 personas.

Número de encuestas realizadas durante período 2015

UEN	N° encuestas realizadas
Cervecería CCU	966
ECCUSA	1.298
Grupo San Pedro Tarapacá	356
Compañía Pisquera de Chile	406

Durante el período 2013-2015, la tendencia en cuanto a Satisfacción de Clientes se mantuvo estable para Cervecería CCU, ECCUSA y CPCh, mientras que se percibió una baja para VSPT en este último año. A pesar de ello, todas las Unidades de Negocio presentaron un nivel de satisfacción por sobre el 80%. Esto se vio reflejado en el resultado de CCU Chile, que durante este año obtuvo globalmente un 83,1% de satisfacción por parte sus clientes.

Resumen evolutivo satisfacción 2013-2015 por UEN



Satisfacción y estudio a nivel de consumidores (CCU 2.1)

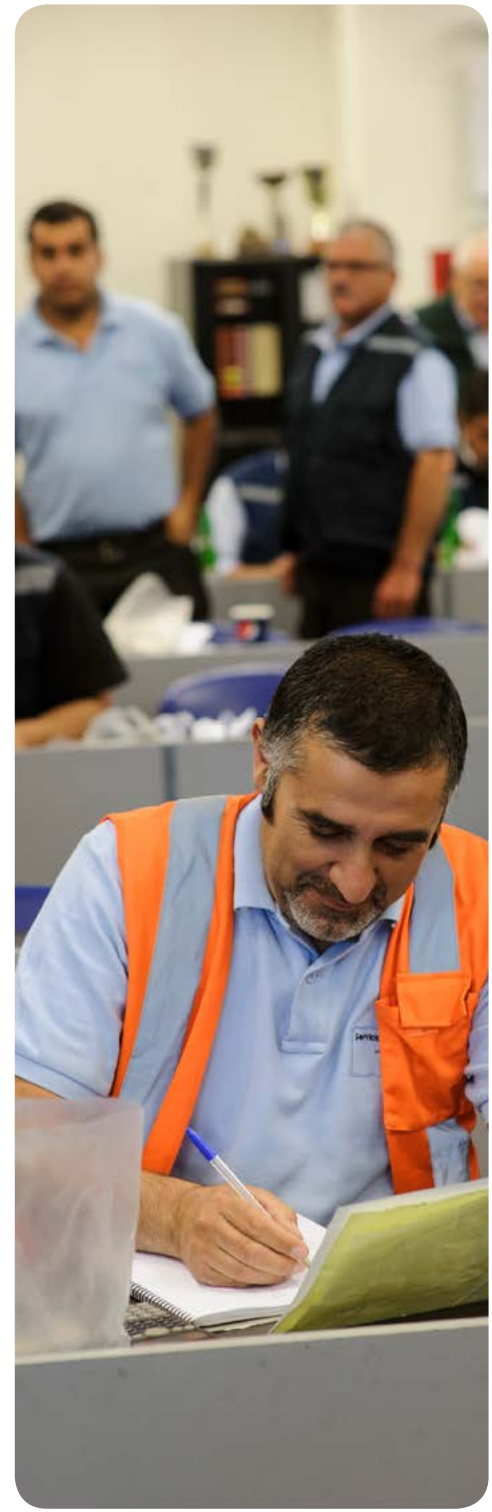
Con el fin de estar al tanto de las prioridades de los consumidores, desde el año 1992 se realiza un estudio a partir del Modelo de Preferencia, el cual es gestionado y coordinado desde el área de Inteligencia de Mercado CCU. Periodicamente se aplica una encuesta a una muestra representativa de consumidores de todas las categorías de productos que tiene la Compañía a nivel nacional, cuyos resultados son entregados trimestralmente. Estos resultados permiten monitorear el valor de las marcas, a través de una serie de indicadores de imagen y salud, tales como preferencia, top of mind, calidad y consideración de compra, entre otros.

Paralelamente, las Unidades de Negocio cuentan con otras evaluaciones específicas destinadas a sus productos. Por ejemplo, CPCh anualmente realiza el análisis tipo "evaluaciones ciegas" para Mistral 35° y Campanario Sour 18°, con el fin de medir su calidad real frente a la competencia. Por otra parte, en 2016 Cervecería CCU realizará el estudio de satisfacción de producto, con el objetivo de que sea aplicado a sus principales marcas cerveceras.

Plataforma de atención al consumidor y cliente (SAC)

CCU ha establecido una plataforma para que los consumidores puedan enviar sugerencias, inquietudes y reclamos a la Compañía. Este Servicio de Atención al Consumidor y Cliente (SAC) es común a todas las Unidades de Negocios y consiste en una línea abierta que funciona a nivel nacional durante toda la semana, de 8.00 a 20.00 horas.

Se accede a través de un número de teléfono gratuito, que figura en las etiquetas y envases de los productos CCU. Todos los menajes son derivados a las Unidades correspondientes para su adecuado manejo. En forma paralela, se ha dispuesto de un espacio en la página web de la Compañía, a través del cual se pueden hacer consultas que son contestadas por un equipo de profesionales encargados de gestionar cualquier tipo de observación.



Asegurando productos de calidad

Calidad de productos (DMA 2) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

La calidad de los productos de CCU es fundamental para que éstos sean elegidos por clientes y consumidores. En consecuencia, la prioridad de la Compañía está puesta en el fortalecimiento de una cultura basada en la mejora continua de todos los procesos y productos del portafolio.

¿Cuál es el objetivo?

CCU trabaja para entregar productos de excelencia, que se caractericen por tener los más altos estándares de calidad, cumplan con las normativas vigentes y destaquen en el mercado.

¿Cómo se gestiona?

Cada Unidad Estratégica de Negocio gestiona sus productos, estableciendo prioridades de acuerdo a las brechas del mercado, el seguimiento de los procesos que participan en la cadena de abastecimiento, el control de parámetros de calidad o la estrategia de marca, entre otros enfoques.

¿A qué grupo de interés impacta?

Clientes y consumidores.

Certificación de plantas industriales y centros de distribución CCU (CCU 2.2)

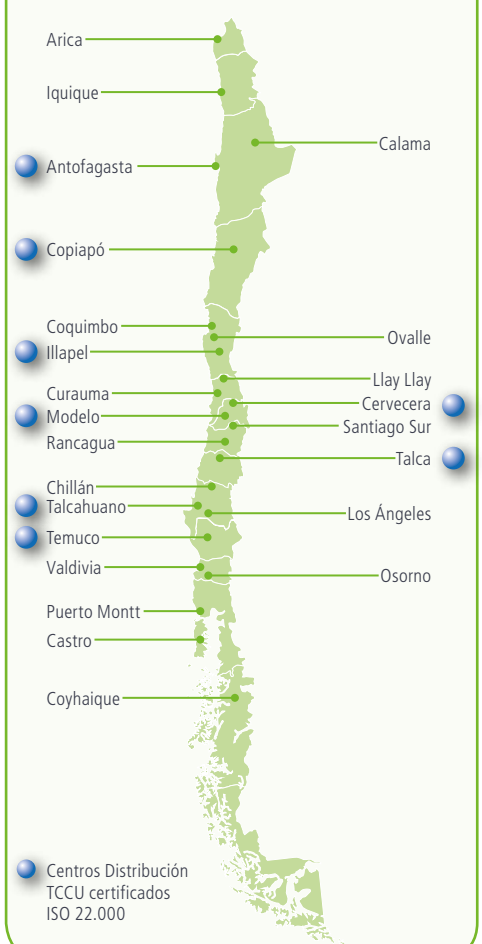
Para poder resguardar la calidad de los productos y tener estándares de alta calificación, las Plantas Industriales de CCU están certificadas voluntariamente bajo la norma de Gestión de Inocuidad Alimentaria ISO 22.000, además de otras certificaciones. Al 2015, la Compañía cuenta con el 100% de sus Plantas Industriales adheridas, lo que certifica que los sistemas de gestión de seguridad alimentaria para la totalidad de la cadena de suministro están asegurados.

UEN/UES	ISO 22.000	Plantas
CCU S.A.	100%	Santiago /Temuco
ECCUSA	100%	Modelo / Antofagasta
Aguas CCU Nestlé	100%	Coinco / Porvenir
Grupo San Pedro Tarapacá	100%	Molina / Lontué / Isla de Maipo
Compañía Pisquera de Chile [1]	100%	Ovalle / Salamanca / Monte Patria
PLASCO	100%	Renca
Compañía Cervecera Kunstmann	100%	Valdivia

Por otra parte, el 33% de los centros de distribución que dispone CCU a lo largo de Chile, cuenta con sello ISO 22.000. Estos corresponden a centros de gran tamaño y a aquellos que se encuentran ubicados en las Plantas Industriales.

1. Planta Ovalle, sólo envasa productos

Centros de Distribución TCCU



CCU de cara a los desafíos

Cambios en las normativas

(DMA 13) (G4-27) (CCU 13.1)

¿Por qué es relevante?

Las normativas que se han impulsado en el país, impactan significativamente a CCU y a toda la industria en relación a los procesos productivos y a los costos asociados.

¿Cuál es el objetivo?

La Compañía busca enfrentar los cambios en forma activa y propositiva, con el fin de estar preparada para la entrada en vigencia de nuevas normativas y reglamentaciones.

¿Cómo se gestiona?

Para adaptarse a los cambios, CCU trabaja con los gremios en los cuales participa, a través de sus comités y mesas de trabajo. Junto con ello, realiza estudios de consumo, análisis legales y cambios en los productos.

¿A qué grupo de interés impacta?

Compañía, clientes, colaboradores.

Durante 2015 el escenario estuvo marcado por nuevas normativas para la industria, un crecimiento económico bajo en el país y el fortalecimiento de la competencia. En este contexto, CCU obtuvo resultados positivos y proyecta un futuro con desafíos y oportunidades. Las nuevas regulaciones y cambios en las normas que se llevaron a cabo durante el año, impulsan a la Compañía a adaptarse e implementar nuevas estrategias que le permitan enfrentarlos en forma óptima.

Ley de Composición Nutricional de los Alimentos y Ley de Etiquetado

La nueva Ley N° 20.606 sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad o Ley de Etiquetado, entrará en vigencia el 27 de junio de 2016. Establece que los envases o etiquetas de los alimentos destinados al consumo humano, deben indicar los ingredientes que contienen, incluyendo todos sus aditivos, la información nutricional y los contenidos de energía, azúcares, sodio y grasas saturadas.

La Ley dispone para los productos que son altos en azúcar, grasas, sodio y calorías, un rótulo especial y visible en sus envoltorios, con forma octogonal, fondo negro y letras blancas. A su vez, dictamina restricciones en su comercialización, promoción y publicidad para ciertos públicos específicos.

En el caso de ECCUSA, afectará a productos "Altos en Azúcar" en algunas categorías. A través de las áreas de Marketing, Desarrollo y Supply Chain, entre otras, la empresa ha trabajado para ofrecer productos de calidad y alta preferencia por los consumidores. En consecuencia, ha comenzado a modificar la rotulación de los productos, de acuerdo con las directrices que establece la nueva legislación.

A su vez, durante 2015 se aplicaron medidas para reducir el azúcar en el néctar y el té. En el futuro, se realizará un estudio para obtener fórmulas que permitan obtener menos de 5 gramos de azúcar por porción en diversos artículos, al tiempo que se revisará la estrategia comercial para incentivar el consumo de productos con bajos índices de grasas saturadas, sodio, azúcares o calorías.

Alzas tributarias en bebidas alcohólicas y azucaradas

Frente a los cambios introducidos en 2014 por la Reforma Tributaria, que elevó los impuestos de alcoholes y bebidas azucaradas, CCU elaboró una estrategia para contrarrestar sus efectos, con el fin de que dichas medidas no afectarán la rentabilidad del negocio.

Por otra parte, la Compañía continuó trabajando en la diversificación de su cartera de productos, entregando a los consumidores otras alternativas con menores contenidos de azúcar.

05
Proveedores

> **Los proveedores conforman un pilar esencial, que le permite a CCU lograr su Misión de realizar un trabajo bien hecho por el bien de la comunidad**

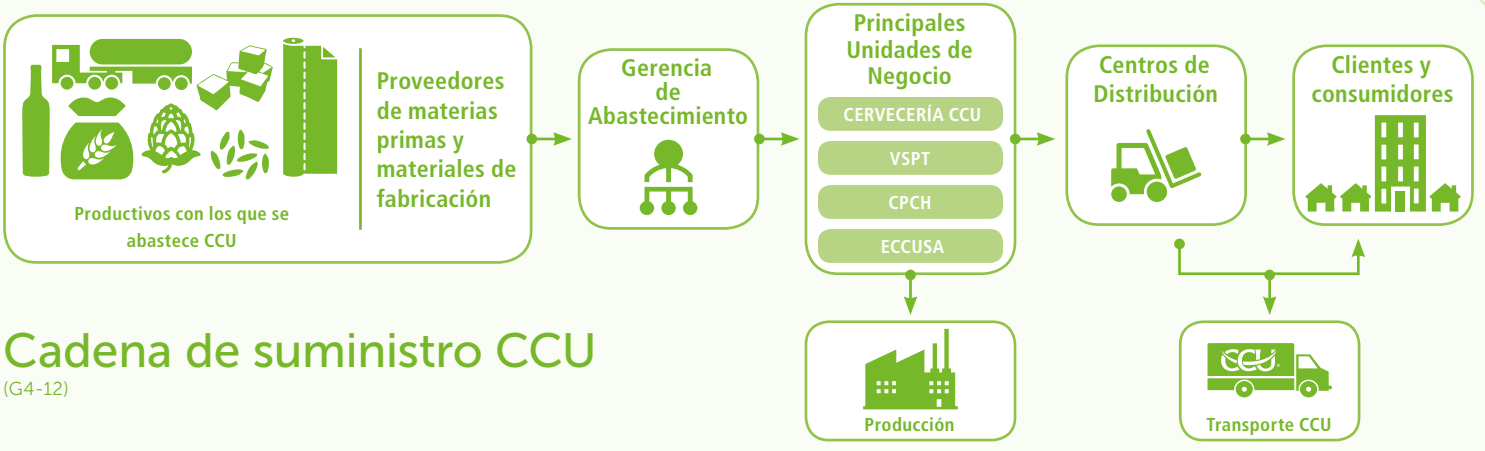
Aliados estratégicos

Los proveedores conforman un pilar esencial, que le permite a CCU lograr su Misión de realizar un trabajo bien hecho por el bien de la comunidad, en un contexto de crecimiento sostenible en lo económico, social y medioambiental.

La Compañía elaboró una **"Guía de Buenas Prácticas – Proveedor CCU",** la cual abarca temáticas referentes a la buena conducta en los negocios, el respeto a las personas y al medioambiente.

Cadena de suministro CCU

(G4-12)



Conducta en los negocios	Respeto a las personas	Respeto al medioambiente
CCU apoya un ambiente de negocios con pleno respeto a las normas que garantizan la libre competencia.	El accionar de los trabajadores debe estar permanentemente marcado por el respeto y la valoración del ser humano.	Es política de la empresa conducir sus operaciones de modo compatible con las necesidades ambientales y económicas de las comunidades en las que opera.
La elección de proveedores siempre deberá estar basada en criterios técnicos, profesionales, éticos y en función de las necesidades de la empresa.	La empresa asegura la igualdad de oportunidades para todos sus trabajadores.	Debe darse cumplimiento a la normativa ambiental vigente y aplicar estándares responsables.
Todas las leyes, normativas y regulaciones relevantes que sean aplicables, deben ser cumplidas.	Las condiciones laborales deben permitir un trabajo seguro y el cuidado de la salud laboral.	Cada trabajador se debe comprometer a realizar sus actividades y prestar sus servicios, procurando minimizar su impacto en el medioambiente.
Todos los negocios e informaciones comerciales y financieras deben ser tratados en forma confidencial.	La empresa no participa en trabajos de menores de edad ni labores forzadas.	Los procesos productivos buscan el uso eficiente de los recursos disponibles y un mínimo impacto en el medioambiente.
No es aceptable la recepción o envío de regalos y estímulos para influenciar negocios u otras decisiones.		

Esta Guía entrega lineamientos de conducta a los proveedores y los incentiva a alcanzar los principios que promueve CCU. Junto con ella, la Compañía realiza diversas acciones:

- Búsqueda y desarrollo de proveedores idóneos, con apoyo a su fortalecimiento y especialización.
- Certificación y evaluación periódica de proveedores para las distintas Unidades.
- Promoción 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.

Nueva estructura organizacional: abastecimiento (CCU 1.3)

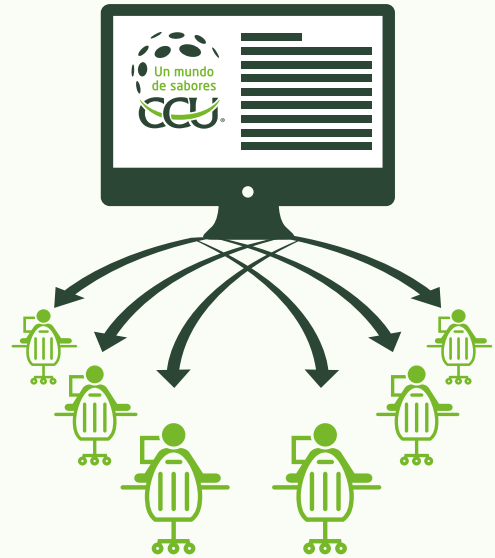
La Gerencia de Abastecimiento es una unidad de apoyo corporativo, que cumple con la misión de satisfacer los requerimientos de compras de los procesos productivos, comerciales y administrativos, además de los proyectos de inversión de las unidades de CCU y sus filiales.

Busca, a su vez, optimizar la gestión y la especialización en los mercados de compra y en iniciativas de ahorro, como también implementar mejoras continuas en el nivel de servicio. A partir de esta Gerencia, CCU forja relaciones comerciales colaborativas y éticas con los proveedores, para garantizar la transparencia de sus operaciones.

Durante 2015 y en el contexto del continuo crecimiento de CCU en América Latina, se reestructuró el área de Abastecimiento para lograr el alcance regional de las adquisiciones. Esta modificación se materializará a comienzos de 2016, con la creación de la nueva Gerencia de Abastecimiento Regional, que en su primera etapa tendrá alcance en Chile y Argentina. Sus objetivos principales consisten en la generación y transferencia de buenas prácticas, además de la formación de economías de escala y por ámbito de trabajo.

Portal de Proveedores

El Portal de Proveedores es una plataforma electrónica, que facilita el proceso de adquisiciones en línea entre la Compañía y sus empresas abastecedoras. Contiene un módulo de compras por catálogo y otro de administración de contratos. Además, ayuda en el manejo del inventario de materias primas, contribuye a la reducción de los plazos de reposición, disminuye gastos administrativos y minimiza los errores asociados a la digitación de documentos.



Elección de proveedores

El Código de Ética de CCU establece que la elección y contratación de proveedores se basa en criterios técnicos, profesionales, éticos y en las necesidades de la Compañía. Este proceso debe ser conducido por medio de factores objetivos, tales como aptitud, precio o calidad. En este contexto, se promueve la competencia justa y la selección en relación a los méritos de cada proveedor.

En CCU no existe una política formal de contratación de proveedores locales. Sin embargo, del total de 5.184 proveedores, el 93% son nacionales y, de ellos, el 44% proviene de regiones distintas a la Metropolitana.

Distribución de compras CCU

Item	Nacional	Extranjero	Total
Compras [%]	87%	13%	**100%**
Proveedores (N°)	4.833	351	**5.184**
Proveedores [%]	93%	7%	**100%**

Distribución de proveedores a nivel nacional (%)

Regiones	% total de proveedores
Región de Tarapacá	1%
Región de Antofagasta	2%
Región de Atacama	1%
Región de Coquimbo	4%
Región de Valparaíso	6%
Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	4%
Región del Maule	6%
Región del Bío Bío	4%
Región de la Araucanía	3%
Región de Los Lagos	2%
Región Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	0%
Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	1%
Región Metropolitana de Santiago	66%
Región de Los Ríos	2%
Región de Arica y Parinacota	0%

Gestión de auditorías (G4-LA14)

Desde 2013, CCU contrata los servicios de la empresa SGS, para realizar un proceso de homologación de Proveedores. SGS lleva a cabo auditorías a las entidades abastecedoras indicadas por la Compañía, en aspectos como Calidad e Inocuidad, Gestión de Seguridad, Salud Ocupacional y Medioambiente.

2013	2014	2015
Comienzan las auditorías. 49 proveedores auditados.	Se realizan 72 auditorías, de las cuales 65 son a proveedores nuevos y 7 a proveedores ya auditados en 2013.	Se realizan 80 auditorías: 19 a nuevos proveedores y 61 a proveedores ya auditados en periodos anteriores.

06
Comunidad

“Para CCU la relación con la comunidad es un eje fundamental en el desarrollo de sus actividades. Es por ello que le presta especial atención a quienes viven en las localidades donde se sitúan sus plantas, centros de distribución y oficinas comerciales”

Potenciando el vínculo con la comunidad

Trabajo con la comunidad

(DMA 5) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

La comunidad es un grupo de interés con el que CCU tiene un compromiso social, el que involucra a todas sus Unidades Estratégicas de Negocio. Generar acciones que le permitan relacionarse, involucrarse y acercarse a la comunidad, es un aspecto que la Compañía quiere potenciar.

¿Cuál es el objetivo?

Promover el desarrollo y el bienestar de las comunidades que se encuentran en los lugares donde se emplazan las operaciones de la Compañía, de manera de impulsar una relación cercana y de confianza con ellas.

¿Cómo se gestiona?

El trabajo con la comunidad se gestiona a través de un Modelo Corporativo de Relacionamiento Comunitario, elaborado por CCU. Éste se basa en el diálogo, la confianza y el trabajo conjunto, propone los lineamientos para gestionar las relaciones con el entorno social y coordina el actuar de las diferentes Unidades Estratégicas de Negocios con la comunidad. A su vez, se diseñará un Índice Compuesto de Ejecución de Relaciones Comunitarias (ICERC), que realice el seguimiento y verifique el cumplimiento del estado de avance de cada Plan de Relacionamiento Comunitario.

¿A qué grupo de interés impacta?

Comunidad

Para CCU la relación con la comunidad es un eje fundamental en el desarrollo de sus actividades. Es por ello que le presta especial atención a quienes viven en las localidades donde se sitúan sus plantas, centros de distribución y oficinas comerciales.

En este contexto, durante 2015 la Gerencia de Asuntos Corporativos de CCU guió el diseño de un Modelo de Relacionamiento Corporativo con Comunidades, con el objetivo de conducir a cada Unidad Estratégica de Negocio en su relación con la localidad donde se emplaza. Éste, a su vez, busca generar vínculos con instituciones que desarrollen programas de inversión comunitaria y proyectos sociales, con el fin de impulsar alianzas que agreguen valor a la relación.

El Modelo comenzó a ser implementado en 2015 por algunas Unidades de la Compañía, para orientar, acompañar y monitorear sus propios planes específicos de relacionamiento comunitario. A partir de 2016, se trabajará para consolidar su puesta en marcha en todas las Unidades de Negocio en Chile, para luego ser replicado en las operaciones que CCU tiene en Argentina.

Asimismo, con el fin de medir el estado de avance y el nivel de cumplimiento de estos planes, la Compañía creará un Índice Compuesto de Ejecución de Relaciones Comunitarias (ICERC). Dicho indicador funcionará de manera coordinada con las estrategias anuales y trianuales establecidas para todas las Unidades Estratégicas de Negocio, las que a su vez estarán alineadas directamente con el Plan Estratégico de la Compañía.

Apoyo a la Teletón (CCU 5.1)

CCU ha estado presente en la Teletón desde 1978, a través del aporte de diferentes marcas de la Compañía y de la recaudación que realizan los propios trabajadores.

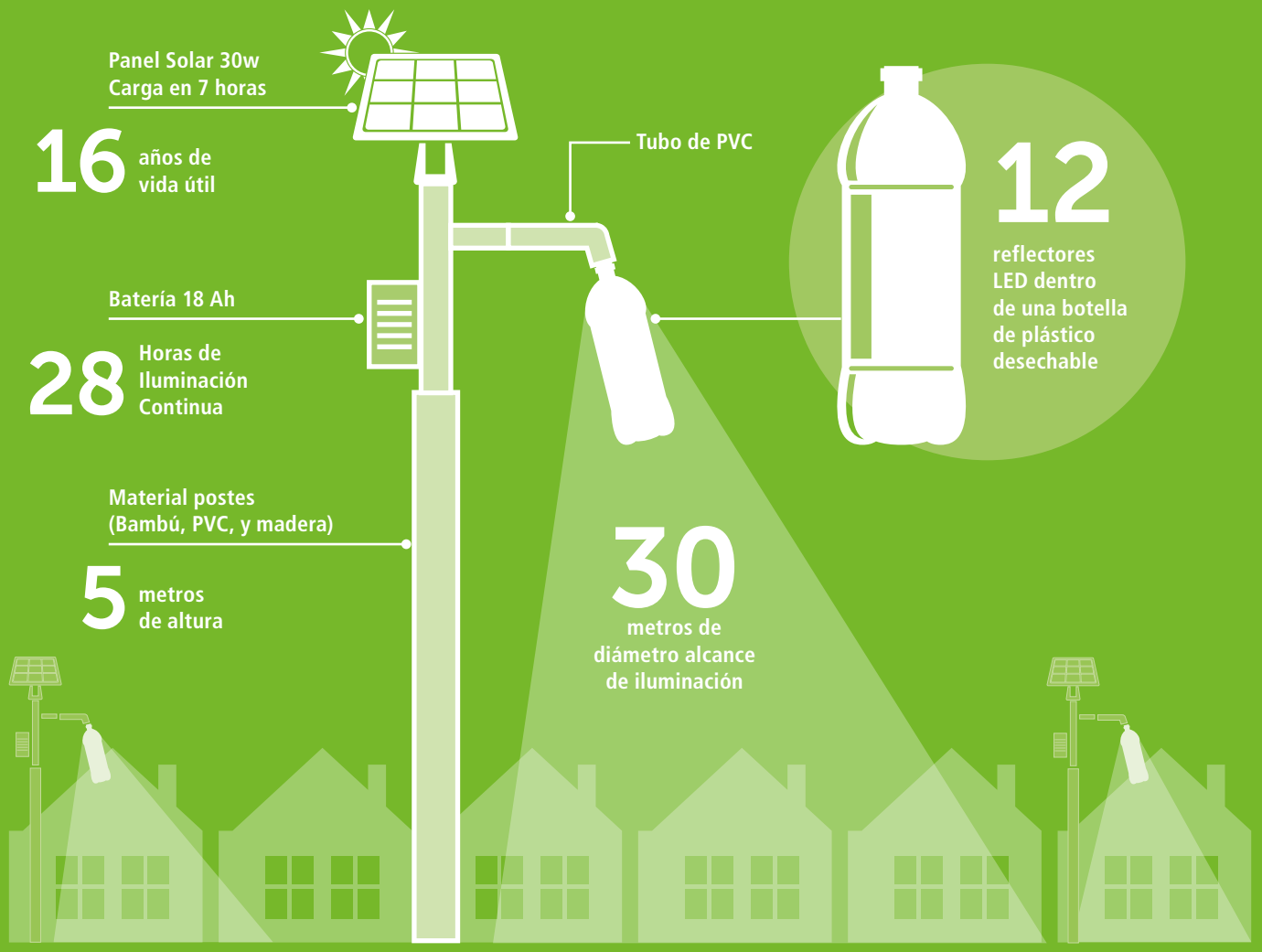
En 2015 se hicieron tres tipos de contribuciones:

- Con las marcas Cristal, Bilz y Pap, Cachantun y Watt´s
- Colaboradores CCU con la Campaña 1+1
- Campaña “27 toneladas de amor CCU”.

Esto representó una donación total de más de $703 millones.

Bajo el eslogan “Reciclar es ayudar también a la Teletón”, la iniciativa “27 toneladas de amor CCU” contribuyó a

170 familias se vieron beneficiadas a partir de esta iniciativa 100% autosustentable



Primer Proyecto Litro de Luz en Chile: alumbrado ecológico autosustentable en Renca

(CCU 14.1)

CCU implementó el primer sistema de alumbrado ecológico y autosustentable, elaborado con botellas plásticas en Chile. La actividad se realizó en conjunto con colaboradores de la empresa, la comunidad de Renca y la ONG Litro de Luz. A través de un trabajo conjunto con los vecinos de Villa Antumalal, se implementó el primer proyecto piloto en Chile impulsado por Litro de Luz, que consistió en la instalación de este novedoso sistema de iluminación en 50 postes totalmente ecológicos.

La actividad formó parte del Festival Internacional de Innovación Social 2015 (fiiS), del cual CCU fue auspiciador oficial. De esta manera, Chile se suma al listado de 15 países que han llevado a cabo esta iniciativa, que enseña a utilizar botellas de plástico recicladas para iluminar casas, negocios y espacios públicos.

Litro de Luz busca resolver el problema del acceso a la electricidad en sectores vulnerables, mejorar la calidad de vida y la seguridad de los barrios. Para ello fortalece el trabajo en equipo y el cuidado del medio ambiente, fomentando el espíritu emprendedor y la visión sustentable en la comunidad.

fomentar el cuidado del medio ambiente y desarrollar una cultura de reciclaje a nivel nacional. El proyecto se realizó con el apoyo del Ministerio de Medio Ambiente y la contratación de la empresa Triciclos, que se encargó de las labores de reciclaje. Se llevó a cabo con la implementación de más de 85 sitios de reciclaje, que fueron ubicados en los institutos Teletón, puntos limpios Triciclos y municipalidades adheridas a lo largo de Chile, permitiendo recolectar 31 toneladas de botellas plásticas.

Apoyo para damnificados en el norte

A raíz de los aluviones que se produjeron en el norte del país en marzo, CCU prestó apoyo a las regiones de Atacama, Antofagasta y Coquimbo. A través de Desafíos Levantemos Chile y en coordinación con Carozzi, aportó con 10 mil raciones de pastas y bebidas que fueron entregadas a un total de 800 personas, entre damnificados y voluntarios. Adicionalmente, aportó 100 mil litros de agua Cachantun y 60 mil raciones de agua Manantial, que viajaron en camiones desde Santiago hacia los centros de acopio establecidos en Tierra Amarilla y Copiapó.

Asimismo, a través de SOFOFA, la Compañía aportó con otros 8.640 litros de agua a la ONEMI y, con la ayuda de la FACH, envió 10 mil litros a otras zonas damnificadas. Finalmente, con el fin de apoyar a los niños que fueron afectados por la catástrofe, CCU entregó más de 5 mil packs de confites y bebidas en varios puntos de la Región de Atacama.

Acercando el arte a la gente

CCU tiene por objetivo "Acercar el Arte a la Gente", aportando a la recreación de la sociedad, el conocimiento cultural y la difusión de artistas chilenos. En este contexto, la Sala de Arte CCU, creada en 2008, es un espacio que desarrolla muestras disciplinarias a lo largo del año, posicionándola como un referente en el quehacer artístico nacional. La primera muestra del año fue "Cinco Trazos, Experiencias de Arte Urbano", que dio inicio al calendario de exposiciones de 2015. Además, se destacó la exposición "Pulsiones de Vida", realizadas por nueve artistas de la Fundación Complementa, que promueve el desarrollo integral de personas con Síndrome de Down.

Beca Arte CCU

La Compañía trabaja en el fortalecimiento y apoyo de artistas chilenos que busquen desarrollar y posicionar sus carreras en Chile y en el extranjero, por medio del intercambio de experiencias y la adquisición de nuevos conocimientos.

Con este objetivo, se formó la Beca Arte CCU, cuya tercera versión se realizó en 2015. El ganador fue el artista Andrés Durán Dávila, que podrá realizar en 2016 una residencia de cuatro meses en el International Studio & Curatorial Program (ISCP) y una exposición en la Y Gallery de Nueva York. A su regreso tendrá la posibilidad de exhibir su trabajo en la Sala de Arte CCU. La Compañía reconoció también a las artistas Patricia Domínguez Claro (31) y María Alejandra Gabler Valdivia (26) con el segundo y tercer lugar, respectivamente.

Experiencias con la comunidad

Visitas guiadas a las instalaciones de CCU

CCU está constantemente pendiente de generar acciones que le permitan relacionarse e involucrarse con la comunidad. Durante el año la Compañía mantiene abiertas las puertas de sus plantas, para que se lleven a cabo visitas guiadas, degustaciones y demostraciones de los diferente procesos productivos que se realizan en cada una de ellas.

Visitas a las instalaciones

Lugar	N° visitas 2014	N° visitas 2015
Viña Tarapacá	15.360	14.045
Viña San Pedro	2.396	sin visitas
Viñamar	12.245	19.760
Kunstmann[1]	6.006	6.790
Austral	632	1.161
Destilería Mistral [2]	19.450	21.170
Total	**60.064**	

Nueva planta embotelladora en Renca (G4-SO2)

A mediados de agosto, CCU presentó la Declaración de Impacto Ambiental (DIA) ante el Servicio de Evaluación Ambiental (SEA Chile), por el proyecto Embotelladora CCU Renca, que consiste en la construcción de una planta productora de bebidas analcohólicas, aguas saborizadas, néctares y bebidas deportivas.

En junio de 2014, SEA Chile rechazó la construcción de la Planta CCU Paine. Producto de los aprendizajes entregados por dicha experiencia, CCU emprendió diversas acciones para impulsar un nuevo proyecto en Renca. De esta manera, conformó un Comité Ejecutivo, compuesto por tres Comités encargados de temas de comunidad, comunicaciones y medio ambiente, respectivamente. A través de ellos, se desarrollaron planes para mapear a las comunidades insertas en el territorio a intervenir, y realizar un acercamiento temprano hacia las mismas, con el fin de presentar el proyecto, generar la apertura al diálogo y el entendimiento de sus necesidades desde un comienzo.

En este escenario, la Compañía continuará trabajando bajo los más altos estándares socioambientales, que le han permitido lograr un crecimiento sustentable y un trabajo alineado desde un principio con las comunidades en donde se encuentran sus operaciones.

1. Fe de erratas: sólo se contabilizan las visitas pagadas.
2. Fe de erratas: sólo se contabilizan las visitas a destilería y tour.

Impulsando un consumo responsable

Consumo responsable de alcohol

(DMA 6) (G4-27)

¿Por qué es relevante?

La difusión y promoción del consumo moderado y responsable de alcohol es uno de los ejes principales de trabajo que tiene CCU con sus principales grupos de interés. El traspaso de un mensaje claro e informativo respecto a esta temática, es por lo tanto, una de las prioridades que la Compañía ha mantenido desde hace más de 20 años.

¿Cuál es el objetivo?

A través de diversas iniciativas, CCU busca convertir la moderación en un valor al que aspiren todos los consumidores. El foco consiste en informar y educar a la comunidad acerca de las consecuencias que conlleva para la salud física y social de las personas, el consumo de bebidas alcohólicas en altas cantidades.

¿Cómo se gestiona?

CCU gestiona el consumo responsable de alcohol, a través del desarrollo de diversas iniciativas. Entre ellas figuran el Programa Educar en Familia, Campañas Preventivas en conjunto con Carabineros de Chile, y la Campaña "Ponte en la Noche del Otro", realizada en conjunto con la Municipalidad de Vitacura y locatarios nocturnos de la comuna. Además, en 2015 desarrolló una nueva iniciativa, correspondiente al Índice Compuesto de Promoción de Consumo Responsable (ICPCR).

¿A qué grupo de interés impacta?

Comunidad, clientes, consumidores y trabajadores.

CCU mantiene una Política de Alcohol que guía el actuar de la Compañía en relación a los productos de esa categoría, enfocándose en promover el consumo responsable. Ésta se complementa con el Código de Comunicaciones Responsables, que establece una autorregulación estructurada para sus mensajes.

A lo largo de los años CCU ha incorporado mensajes de "Consumo Responsable" en las etiquetas de los envases y en el material empleado en los puntos de venta. Marcas como Cristal, Escudo, Mistral, Campanario, 1865 y Castillo Molina han promovido, a través de estos medios, el beber con moderación y han reiterado que el consumo de alcohol sólo es apto para mayores de edad.

Iniciativas de consumo responsable dirigidas a la comunidad (G4-SO1) (CCU 6.1) (DSCC.20)

En 2015 CCU emprendió diversas acciones destinadas a la difusión del Consumo Responsable de Alcohol (CRA). El Programa Educar en Familia, cuyo objetivo es guiar a los apoderados en la formación de sus hijos respecto al no consumo de alcohol en menores, consiste en la realización de charlas impartidas por especialistas, donde se entregan asesorías, material escrito y audiovisual.

Más de 2.500 personas asistieron a estos talleres realizados en colegios públicos y particulares en 2015. Se destacó, en particular un ciclo de charlas implementado por primera vez en colegios municipalizados de Vilcún, Coinco y Paihuano, en dónde la Compañía tiene operaciones. Las charlas tuvieron una convocatoria de más de 400 apoderados de las diferentes comunas. Los resultados de las encuestas realizadas posteriormente a los asistentes, indicaron un 97% de aceptación. En la ocasión, y debido a que Educar en Familia complementa los planes de prevención de estas comunas, CCU firmó alianzas con los tres municipios.

Este año se incorporó la nueva campaña "Ponte en la Noche del Otro", en conjunto con la Municipalidad de Vitacura y los locatarios de la comuna. La iniciativa buscó hacer más amigable la convivencia entre los residentes del sector y el público nocturno. Su difusión se realizó a través de redes sociales, vía pública, folletos informativos y afiches gráficos.

A su vez, CCU difunde mensajes de consumo responsable en medios escritos, radio, televisión y vía pública, los que son reforzados en las festividades relevantes. Desde el año 2000, CCU y Carabineros

de Chile continúan su alianza para el desarrollo de campañas preventivas, que promueven una actitud responsable en el respeto a las normas de seguridad vial y a la ingesta de alcohol previa al momento de conducir. Bajo el eslogan "Toma Conciencia", en 2015 se realizaron campañas preventivas para las Fiestas Patrias y de fin de año (Navidad y Año Nuevo), las cuales lograron un alto nivel de alcance en la comunidad. La campaña de Fiestas Patrias tuvo un alcance en las redes sociales de más de 3 millones de personas y 3.000 nuevos seguidores en Facebook.

Índice Compuesto de Promoción de Consumo Responsable (ICPCR)

(CCU 6.2)

Con el objetivo de masificar las iniciativas de Consumo Responsable de Alcohol (CRA), CCU puso en marcha en 2015 el Índice Compuesto de Promoción de Consumo Responsable (ICPCR) que involucró a CCU S.A. y a las tres Unidades de Negocio que producen alcohol: Cervecería CCU, Grupo San Pedro Tarapacá y Compañía Pisquera de Chile (CPCh). Cada una de ellas definió actividades, según los públicos objetivos con los que se relaciona.

Una de las ideas desarrolladas por Grupo San Pedro Tarapacá fue la creación de su propio programa llamado "B.B.Bien", el cual incluyó entre sus propuestas el desarrollo de talleres diseñados para educar en el Consumo Responsable de Alcohol, como también la incorporación de mensajes de difusión de Consumo Responsable en comerciales de prensa y radio de sus marcas.

Por su parte, Cervecería CCU realizó variadas iniciativas, como la de incluir charlas de Consumo Responsable en el programa de visitas de clientes a la planta de CCU. Junto con ello, inició un plan de acercamiento a la comunidad, replicando las charlas de Educar en Familia en colegios municipalizados.

Desde CPCh la estrategia se enfocó en proveedores, consumidores y colaboradores, con la incorporación de mensajes de Consumo Responsable en las etiquetas de los productos. Dichos textos se escribieron de acuerdo a las virtudes de cada marca de la Compañía Pisquera.

Finalmente, desde el área corporativa, CCU concentró sus esfuerzos en continuar con la campaña de Consumo Responsable junto a Carabineros de Chile en Fiestas Patrias, la cual tuvo muy buena aceptación en los medios de comunicación y en redes sociales.

07
Medio Ambiente

“La gestión medioambiental es un pilar clave de la estrategia de negocios de CCU. Promover una producción más limpia, manejar adecuadamente los impactos de la operación y respetar el entorno, son fundamentales para seguir creciendo en el largo plazo”

Medio ambiente en CCU: pilar clave de la estrategia

Gestión medioambiental

(DMA 10) (G4-27) (G4-14)

¿Por qué es relevante?

La gestión medioambiental es un pilar clave de la estrategia de negocios de CCU. Promover una producción más limpia, manejar adecuadamente los impactos de la operación y respetar el entorno, son fundamentales para seguir creciendo en el largo plazo.

¿Cuál es el objetivo?

CCU enfoca su trabajo en el logro de tres Objetivos Claves de desempeño ambiental que forman parte de su Visión 2020. Bajo estos lineamientos, la Compañía busca potenciar en todas las instalaciones el uso eficiente de los recursos y procesos. Esto, de la mano del desarrollo de nuevas normativas y regularizaciones, como también a partir de buenas prácticas industriales disponibles en estas materias.

¿Cómo se gestiona?

La Compañía ha desarrollado iniciativas amigables con el medio ambiente, a través de las cuales se promueve el uso eficiente de los recursos para lograr una producción más limpia y respetuosa del entorno en dónde se insertan las operaciones. Asimismo, en 2015 se mantuvieron los objetivos de sustentabilidad de CCU como meta corporativa.

¿A qué grupo de interés impacta?

Todos los grupos de interés

Visión medioambiental 2020

(G4-14) (MA.10)

La estrategia de negocio de CCU se relaciona directamente con la operación de plantas de producción más sustentables, que respeten el entorno. La Compañía pone énfasis en el control de sus actividades, para optimizar la eficiencia en las operaciones y, de esta manera, contribuir de forma armónica con el medio ambiente.

Guiado por el lema de sustentabilidad **“Mejora tu mundo”**, CCU continúa trabajando para transformarse en referente de temas ambientales al 2020. Para ese año, la Compañía se compromete a seguir haciendo un uso eficiente de los recursos, poniendo foco en los tres Objetivos Clave que se han puesto desde el año 2010 y que aplican a todas las actividades industriales de CCU S.A., incluyendo a CCU Argentina:

1. Disminuir la generación de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en 20%.
2. Incrementar la Valorización de los Residuos Industriales a 100%.
3. Disminuir el Consumo del Recurso Hídrico en 33%.

Cobertura

El capítulo de Medio Ambiente entrega información que hace referencia a todas las operaciones industriales de CCU.

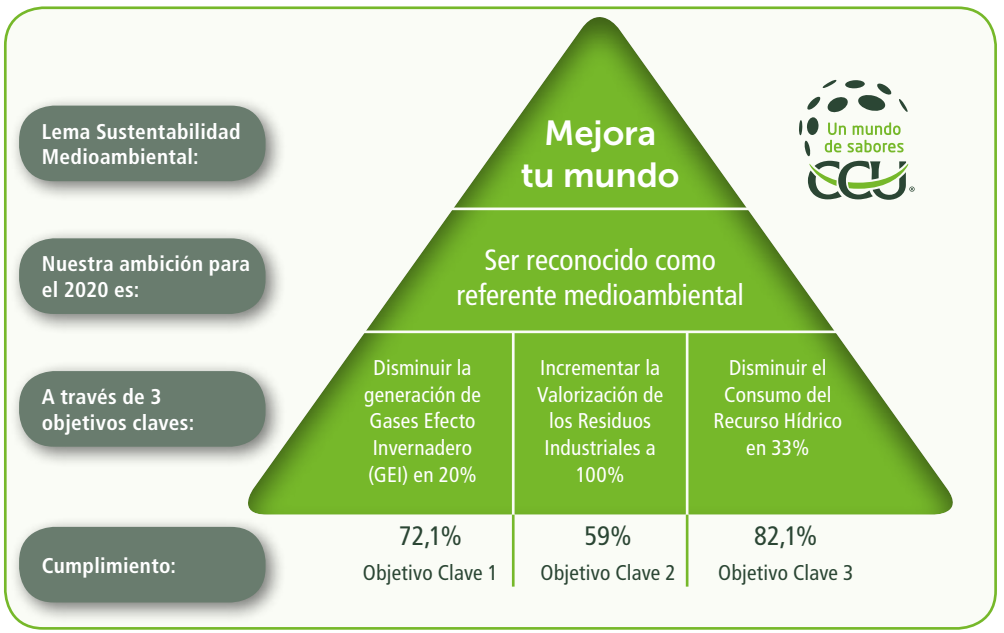
Los indicadores y objetivos de la Visión de Sustentabilidad Ambiental se refieren a las plantas de CCU S.A. en Chile, incluyendo en casos específicos a las cervecerías de CCU Argentina, indicados en cada caso.

Los indicadores que se presentan en gráficos y tablas en este capítulo, consideran los siguientes procesos:

- Elaboración y envasado de productos.
- Fabricación de botellas plásticas.
- Almacenamiento y distribución de productos.

A diferencia del período anterior, este año no se considera a FOODS Alimentos en ninguno de los valores e indicadores reportados.

A lo largo de 2015, CCU continuó mejorando el desempeño de sus operaciones, con el fin de cumplir los Objetivos Clave, a través de la optimización de los procesos productivos, el empleo de tecnologías e insumos más amigables con el entorno y la intensificación en el uso de fuentes de energía limpia. A partir de esto, los resultados obtenidos durante 2015 son bastante alentadores para el cumplimiento de la meta al 2020:

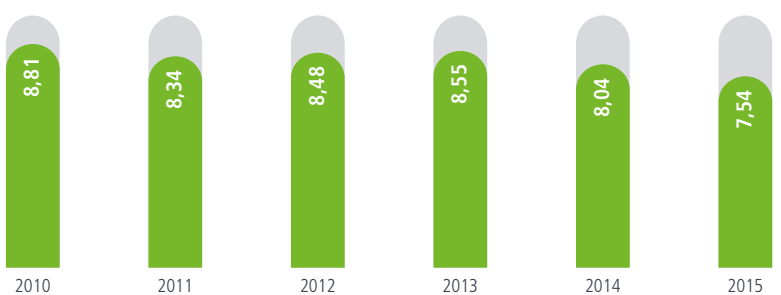


Emisiones GEI (G4 -EN19)

A partir de la Visión Medioambiental 2020 de CCU, el primer Objetivo Clave consiste en reducir en 20% las emisiones de gases de efecto invernadero en sus Alcance 1 (emisiones directas) y Alcance 2 (emisiones indirectas generadas por la energía eléctrica consumida), considerando como línea base las emisiones de GEI en 2010 para CCU S.A. y CCU Argentina.

Al cierre del ejercicio 2015, la Compañía ha logrado avanzar en la meta de reducción de emisiones GEI (tipo de alcance 1 y 2) en un 14,4% durante este período.

Emisiones GEI Alcance 1 y 2 (kg CO2e/hl): Objetivo Clave 1



Emisiones de gases efecto invernadero (G4-EN15) (G4-EN16) (G4-EN17)

Alcance 1 (ton CO_2e)

Emisiones Directas

- **Consumo de combustibles fósiles (diésel, gasolina, petróleo 6, gas natural y gas licuado)**
- **Fugas de refrigerantes.**

Alcance 2 (ton CO_2e)

Emisiones Indirectas

- **Consumo de energía eléctrica de las plantas productivas y oficinas de las unidades de negocio.**

Alcance 3 (ton CO_2e)

Otras Emisiones Indirectas

- **Producción de materias primas y materiales de fabricación.**
- **Transporte de productos terminados**
- **Viajes de negocios**

2014	62.101	57.819	707.073
2015	57.819	60.499	708.054

Las emisiones generadas desde CCU S.A., asociadas al Alcance 1, se han visto disminuidas en un 24,4%, gracias a un importante cambio en el uso de combustibles, en dónde el uso de gas natural licuado aumentó de forma considerable. Esto modifica favorablemente el mix de combustibles fósiles utilizado por la Compañía, potenciando el uso de energía más limpia, cuya combustión genera emisiones de CO_2e a la atmósfera, considerablemente inferiores.

En relación a las emisiones de Alcance 2, es importante considerar la diversificación que ha sufrido la matriz energética a nivel país con el paso de los años. Ésta se ha visto potenciada por la Agenda de Energía propuesta por el Gobierno para 2050. A partir de esto, la carbonización de la matriz energética ha disminuido considerablemente y se ha visto impulsada por el uso de gas natural, el cual busca posicionarse como un combustible competitivo en la generación de energía eléctrica.

Durante 2015, PLASCO S.A., unidad encargada de fabricar envases y tapas plásticas en CCU, obtuvo la Certificación de Eficiencia Energética ISO 50001, lo que contribuyó directamente a la reducción de las emisiones de Alcance 1 y 2 en este período.

NOTA

- Las emisiones de GEI fueron obtenidas de acuerdo a la metodología de cálculo de emisiones de gases de efecto invernadero del GHG Protocol.
- Los cuadros de emisiones, considera sólo las emisiones industriales de las operaciones de CCU en Chile.
- No se incluyen las emisiones del Edificio Corporativo de CCU, ubicado en la comuna de Las Condes, ni las propias de las actividades Comerciales de CCU S.A. A partir de 2015, no se consideran las emisiones de Foods Alimentos, debido a que ya no pertenece a la Compañía.
- Para la elaboración del indicador, se utiliza la producción declarada por cada Unidad de Negocio en la herramienta de cálculo de GEI.
- Las emisiones del Alcance 2 se estiman con los Factores de Emisión 2015 (FE 2015) del SIC y SING.
- El proceso de cálculo de la huella de carbono y los resultados obtenidos fueron verificados por la empresa externa Deloitte.

Emisiones totales Alcance 3

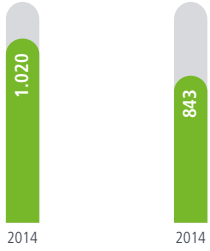
	2014		2015	
	(ton CO_2e)	(%)	(ton CO_2e)	(%)
Vehículos y maquinaria móvil	113.984	16,12%	103.578	14,63%
Refrigeración y climatización	-	-	0,58	0,00%
Transporte de personal	14.800	2,09%	13.285	1,88%
Viajes de negocios	1.048	0,15%	1.165	0,16%
Transporte terrestre MP + MF	61.945	8,76%	59.572	8,41%
Transporte marítimo de MP + MF	10.226	1,45%	9.486	1,34%
Consumo eléctrico	-	-	1.288	0,18%
Producción materiales de fabricación	318.117	44,99%	335.403	47,37%
Producción de materias primas	196.810	27,83%	193.379	27,31%
Tratamiento de aguas	-	-	431	0,06%
Tratamiento de residuos	-9.858	-1,39%	-9.535	-1,35%
Total	**707.073**	**100%**	**708.054**	**100%**

Durante 2015 se percibió un aumento en las emisiones netas de Alcance 3 relacionadas con la producción de materiales de fabricación y materias primas. La producción global de CCU aumentó en un 1,2%, respecto del año anterior. Esto como consecuencia de que un importante número de plantas industriales de gran tamaño, aumentó significativamente su producción.

Emisiones que afectan a la capa de ozono (G4-EN20)

Durante 2015 se alcanzaron resultados positivos en relación a la reducción en 17,4% de las emisiones generadas por las fugas de gases refrigerantes propias de la operación de los equipos que utiliza CCU. Estas emisiones son consideradas como destructoras de la capa de ozono, y corresponden principalmente a emisiones fugitivas de gases del tipo HCFC (R22) y HFC, sustancias refrigerantes que se utilizan en los equipos de refrigeración industrial y climatización de las plantas productivas y oficinas de la Compañía.

Emisiones a partir de refrigeración y climatización (tCO2e)[1]



1. No incluye las emisiones fugitivas de gases refrigerantes provenientes de equipos de refrigeración (cooler) en poder de clientes.

La disminución de las emisiones generadas a partir de las fugas de gases refrigerantes, se relaciona directamente con la renovación de equipos de aire acondicionado de alta tecnología, los cuales no presentan mayores problemas en términos de pérdidas de gases refrigerantes. Por otra parte, durante 2015, varias plantas industriales optaron por contratar Servicios Técnicos autorizados de mantenimiento de sistemas de refrigeración. Esto permite un buen mantenimiento de los sistemas y un mejor control de las pérdidas de gases refrigerantes.

Emisiones generadas por fugas de refrigerantes (g CO_2e/litro)

2014	2015
0,60	0,49

Otras emisiones significativas al aire (G4-EN21)

Los óxidos de nitrógeno y de azufre son compuestos químicos que contaminan el aire. La producción de NOx y SOx están consideradas dentro del Alcance 1, ya que su origen proviene directamente de actividades humanas que utilizan combustibles fósiles como fuente directa de energía.

Durante este período se registró una disminución en las emisiones totales de NOx y SOx, lo que se explica a partir de la venta de Foods Alimentos (FOODS), cuya planta ubicada en Talca utilizaba combustible diésel. Por otra parte, la planta Coinco de Aguas CCU Nestlé, cambió el uso de carbón por gas natural licuado (GNL), combustible con un desempeño de mejor calidad.

La disminución en el nivel de emisiones está directamente relacionado con el cambio que implica incorporar y utilizar fuentes de energía más limpias, tales como el gas natural licuado (GNL), cuyo uso aumentó significativamente durante 2015.

Emisiones de NOx y SOx

	2014	2015
Kg NOx/año	105.778	97.565
KG SOx/año	135.676	126.208

	2014	2015
g NOx/litro	0,062	0,056
g SOx/litro	0,079	0,073

Iniciativas para la reducción de emisiones

Con el fin de avanzar en la consecución del objetivo de reducir las emisiones de GEI, CCU S.A. y sus UEN/UES trabajaron en las siguientes iniciativas:

- Cervecería CCU trabajó en la implementación de un economizador para las calderas n° 2 y n°3 de su planta en Santiago, incorporando además, la aislación de las tapas de la caldera n°2. En la planta de Temuco, por su parte, las iniciativas se enfocaron en mejorar la aislación térmica de las calderas y líneas de distribución de vapor y retorno condensado.

- ECCUSA culminó con el proceso de aislación e instalación de economizadores de combustible en calderas en la planta Modelo. Además, dio inicio a un proceso de recambio de válvulas de vapor con fugas. En la planta de Antofagasta se ejecutó un proceso de optimización en cuanto a la planificación de la producción de envases PRB.

- Aguas CCU Nestlé y su planta ubicada en Coinco, cuenta con una menor inercia térmica desde aproximadamente mediados de 2015, lo que se debe principalmente al remplazo de su caldera a base de carboncillo por una nueva caldera que utiliza gas natural licuado. Esto para apoyar y dar cumplimiento

al Plan de Prevención y Descontaminación Ambiental (PPDA) de la VI Región.

- Grupo San Pedro Tarapacá generó mejoras en el sistema de control de sus paneles solares, de manera de hacer posible una mayor recuperación de energía en su planta de Molina. En la planta de Isla de Maipo, avanzó en la aislación de bodegas, como también en el uso de sistema de videoconferencia, disminuyendo los desplazamientos y facilitando la comunicación interplantas.

- Compañía Pisquera de Chile gestionó en su planta de Ovalle la regulación de procesos que se ejecutan durante horas punta para evitar sobreconsumos de petróleo por parte del grupo electrógeno.

- PLASCO implementó la norma ISO 50.001 de Eficiencia Energética, logrando reducir su consumo de energía eléctrica en un 4,6%, respecto a años anteriores.

Consumo de energía (G4-EN3) (G4-EN6)

En el marco del desarrollo de sus tres Objetivos Clave, en 2015 CCU S.A. continuó su trabajo en la línea de optimización del mix de combustibles utilizados. Gracias a ello, logró una mejora en el consumo específico de energía de alrededor del 2,2% respecto del año anterior.

Consumo de energía directa e indirecta (MJ)

		2014		2015	
		[MJ]	[%]	[MJ]	[%]
Energía directa	Gas Natural	557.977.205	60,3%	637.473.858	64.0%
	Petróleo 6	159.964.821		161.049.201	
	Gas licuado petróleo	135.233.736		108.504.813	
	Leña	106.762.783		112.322.521	
	Diésel	41.935.482		37.874.388	
	Biogás	20.310.005		18.559.101	
	Carboncillo	16.932.024		10.214.994	
	Gasolina	6.405.672		94.150	
Energía indirecta	Energía Eléctrica	688.665.734	39,7%	610.367.680	36,0%
	Total	**1.734.187.462**	**100,0%**	**1.696.460.405**	**100,0%**

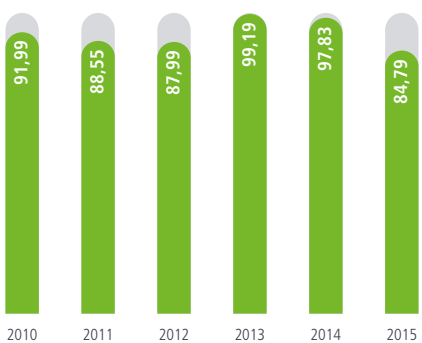
La principal fuente de energía directa que emplea la Compañía es el gas natural (GN). En 2015, su consumo aumentó en forma considerable, en desmedro del uso de gas licuado de petróleo (GLP), lo que permite a CCU incrementar la utilización de energía limpia y segura en todos sus procedimientos, favoreciendo el cuidado del medio ambiente y la reducción de los gastos operacionales. Se apalanca este objetivo, con la implementación de la norma ISO 50.001 de Eficiencia Energética, que se certificó en PLASCO durante este año y que se encuentra en proceso de implementación en otras Unidades.

En tanto, la baja del 60% en el uso directo de Carboncillo durante este año, se debió al cambio realizado en planta Cachantun de Aguas Embotelladas CCU-Nestlé Chile, que reemplazó la caldera por una que utiliza GNL, durante el mes de agosto.

De igual manera, hubo una gran disminución en el gasto de gasolina. Esta situación se debió a que los vehículos de gerentes de la Compañía, pasaron a ser de uso particular, en el contexto de las nuevas disposiciones normativas establecidas. La leve reducción en el consumo de diésel se debe también a este motivo.

El consumo de energía dentro de la Compañía disminuyó significativamente respecto del año anterior, lo que se explica con la venta de Foods Alimentos (FOODS), cuyo consumo de combustibles y energía eléctrica era bastante importante, sin embargo, poco relevante a nivel global.

Consumo de energía (directa e indirecta) (MJ/hl)



La energía eléctrica autogenerada por la Compañía durante 2015, fue utilizada principalmente en casos de emergencia, debido a cortes de suministro de energía eléctrica por parte de la red pública, para el apoyo de equipos y procesos productivos críticos y también para atenuar consumos peaks en horarios punta.

Energía eléctrica autogenerada

2013 [MJ]	2014 [MJ]	2015 [MJ]
1.881.036	1.988.262	2.289.849

UEN	Planta	[MJ]	[%]
Cervecería CCU	Santiago	8.833	0,4%
Grupo San Pedro Tarapacá	Molina	557.946	24,4%
	Lontué	183.751	8,0%
	Isla de Maipo	1.060.499	46,3%
Compañía Pisquera de Chile	Ovalle	403.171	17,6%
Compañía Cervecera Kunstmann	Valdivia	75.648	3,3%
Total		**2.289.849**	**100%**

Consumo directo de energía térmica

Consumo directo de energía térmica, desglosada por fuentes primarias

		2014	2015
Gas Natural	[l]	16.606.464.436	14.887.454.915
Petróleo 6	[l]	4.212.261	4.240.815
Gas licuado petróleo	[l]	5.294.563	4.248.094
Leña	[kg]	7.287.562	7.666.543
Diésel	[l]	1.161.004	1.048.572
Biogás	[l]	575.680.400	526.051.614
Carboncillo	[kg]	656.280	395.300
Gasolina	[l]	195.402	2.872

Consumo directo de combustibles, desglosado por punto de consumo

	2014		2015	
	[MJ]	[%]	[MJ]	[%]
Calderas de vapor	924.670.212	88,44	969.947.736	89,30
Grúas Horquillas	78.721.025	7,53	70.468.132	6,49
Vehículos (excluye distribución)	32.106.520	3,07	30.270.804	2,79
Calderas de agua (camarines)	7.502.073	0,72	12.702.484	1,17
Grupos electrógenos de respaldo	2.521.898	0,24	2.703.570	0,25
Total	**1.045.521.728**	**100,00**	**1.086.092.726**	**100,00**

El consumo total de combustibles (energía directa expresada en MJ) presentó un alza del 3,88% con respecto al período anterior.

Al igual que en 2014, la mayor demanda por consumo correspondió a la calderas industriales utilizadas para la generación de vapor. La Compañía optimiza dicho proceso de forma constante, a través de la incorporación de economizadores, aislación térmica y una mayor recuperación de condensado.

Consumo indirecto de energía eléctrica

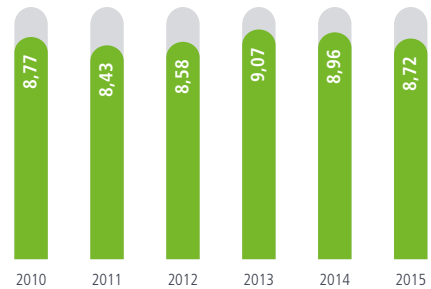
Las plantas productoras de CCU distribuidas a lo largo del país, se abastecen de energía eléctrica (EE), que se obtiene de los distribuidores del Sistema Interconectado del Norte Grande, Sistema Interconectado Central, Sistema Eléctrico de Aysén y Sistema Eléctrico de Magallanes.

Consumo indirecto de energía (EE) desglosado por fuente

	2014		2015	
	[kWh]	[%]	[kWh]	[%]
Sistema Interconectado NG	4.095.202	2,14%	4.596.367	2,71%
Sistema Interconectado Central	186.269.368	97,37%	164.044.039	96,75%
Sistema Eléctrico de Aysén	65.670	0,03%	64.920	0,04%
Sistema Eléctrico de Magallanes	865.798	0,45%	906.172	0,53%
Total EE	**191.296.037**	**100,00%**	**169.546.578**	**100,00%**

El consumo total de energía eléctrica proveniente del SIC, disminuyó en un 0.62%, mientras que el consumo de energía a partir de las demás fuentes distribuidoras, aumentó levemente. A pesar de esta situación, el consumo indirecto total de energía disminuyó en un 0,25% durante 2015.

Consumo indirecto de energía (kWh/Hl)



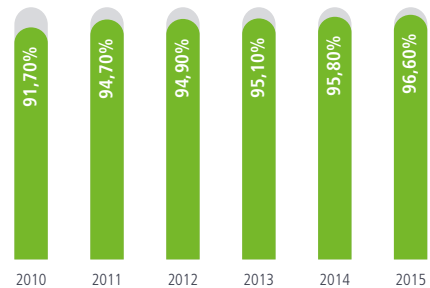
Residuos industriales sólidos

(G4-EN2)

La valorización del 100% de los residuos industriales sólidos, es el segundo Objetivo Clave que CCU S.A. y CCU Argentina se han planteado como desafío para el año 2020. De esta manera, se busca hacer una gestión que permita asignarles un segundo uso que sea útil, para así evitar que los residuos industriales sean dispuestos en vertederos o rellenos sanitarios.

Considerando nuevamente como línea base el año 2010, al cierre del ejercicio 2015, la Compañía logró la valorización del 96,6% de los residuos industriales producidos durante este período, lo que se traduce en un 59% de cumplimiento en relación a la meta planteada para 2020.

Valorización de residuos



Composición de los residuos sólidos industriales (G4-EN23)

Los residuos sólidos industriales que se producen específicamente en CCU S.A. están compuestos principalmente por:

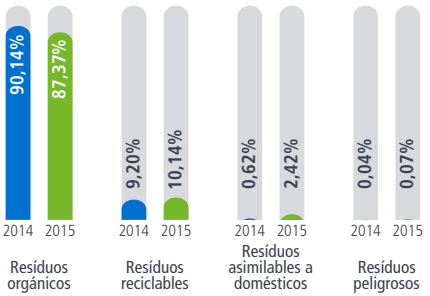
Residuos orgánicos (87,37%):
Son principalmente los residuos provenientes de la elaboración de cerveza y vino, los cuales corresponden a orujo cervecero en un 78,10% y orujos vitivinícolas, escobajo y borras en un 21,90%, respectivamente. Los residuos orgánicos son utilizados principalmente como alimentos para ganado o son sometidos a proceso de compostaje.

Residuos reciclables (10,14%)
Corresponden principalmente a envases vacíos de materias primas, materiales de fabricación y pérdidas que se producen durante los procesos. Son en su mayoría materiales tales como plástico (PET, HDPE, LDPE), vidrio, papel y cartón, latas de acero y aluminio, y madera. Éstos son cuidadosamente clasificados para ser entregados, en su mayoría, a empresas de reciclaje que los integran en sus propias cadenas de valor.

Residuos asimilables a domésticos (2,42%)
Son aquellos residuos como etiquetas, lodos, tierras filtrantes, entre otros, dónde aún no es posible realizar segregación y clasificación.

Residuos peligrosos (ResPel) (0,07%)
Son residuos mínimos que resultan principalmente de procesos de lubricación de equipos y motores.

Residuos sólidos industriales (%)



Valorización de residuos (G4-EN25)

Los RISES son los residuos resultantes de los procesos productivos. En CCU S.A. los principales residuos que se producen son el orujo cervecero, y se destina como alimento bovino. En 2015 la generación de Orujo a partir de los procesos cerveceros, alcanzaron las 92.837 toneladas. Otros residuos que se generan en la Compañía son botellas de vidrio, materiales de embalaje, entre otros.

En relación a la generación de residuos peligrosos, ninguno de los establecimientos industriales de CCU transporta, importa, exporta o trata residuos de esta índole. Estos residuos se disponen localmente por medio de Gestores y Destinatarios de Residuos Peligrosos debidamente autorizados.

Al cierre del ejercicio 2015, la Compañía logró la valorización del 96,60% de los residuos industriales sólidos producidos, tomando en consideración el año 2010 como línea base. Esto corresponde a 0,8% más que en 2014. El 3,4% faltante para lograr la meta de valorización del 100% de los residuos, corresponde a residuos específicos, cuyo procesamiento necesita del desarrollo de proveedores o tecnologías especializadas.

Materias primas y materiales de fabricación (G4-EN1) (G4-EN28)

CCU S.A. desarrolla productos que cuentan con sello de calidad y que se obtienen a partir de elementos y materias primas de primer nivel. Éstas últimas son transformadas para proveer bienes de consumo que permiten satisfacer las necesidades de los clientes. En el caso de la cerveza, la materia prima es la cebada malteada y en el del vino, la uva. Por otra parte, los materiales o elementos de fabricación corresponden a aquellos componentes que constituyen envases, empaques y embalajes para disponer adecuadamente los productos comerciales.

Materias primas

Hubo una disminución de un 17,8 % en el uso de materia prima líquida, lo que se debe directamente a una baja en la adquisición de vinos. Por otra parte, la cantidad de materia prima sólida aumentó, debido a una mayor adquisición de uva y al incremento en la producción de malta, arroz, jarabes y pulpas.

	Unidad	2013	2014	2015
Sólidos	[kg]	329.195.539	319.375.208	335.091.459
Líquidos	[l]	83.793.125	143.983.732	118.276.986
Gases	[kg]	23.828.284	28.407.521	27.091.582

Materiales de fabricación

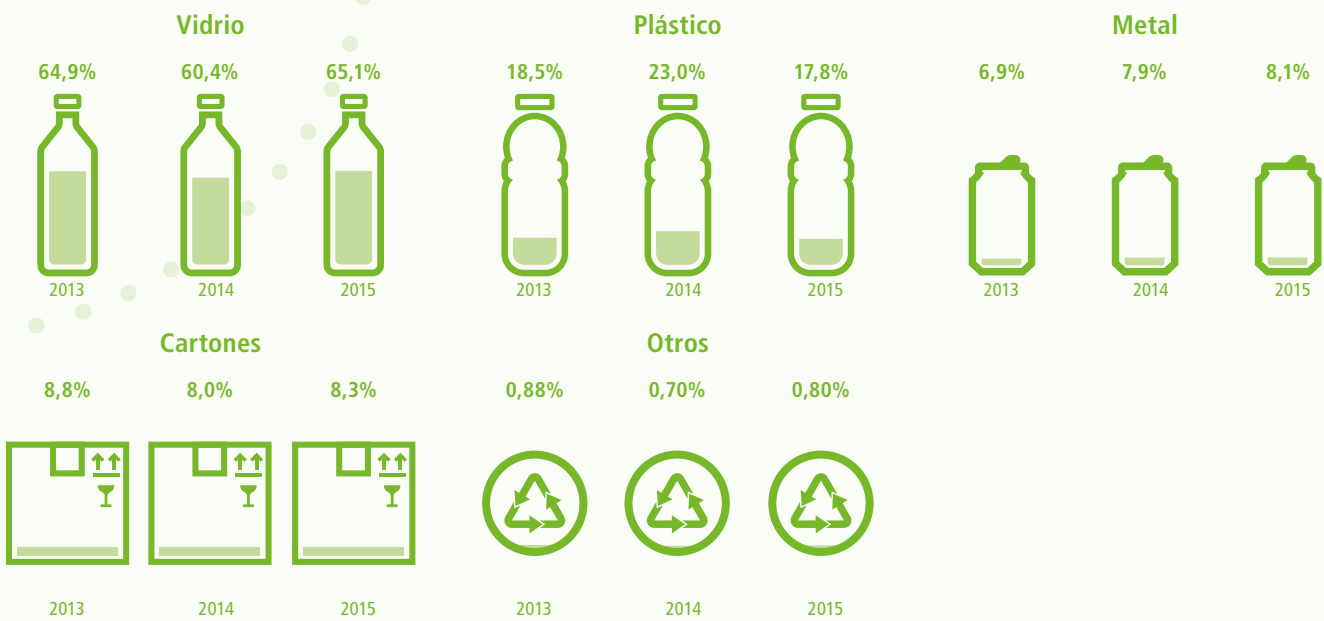
El vidrio y las resinas de PET son los principales materiales de fabricación utilizados para la elaboración de los envases de los productos que comercializa CCU SA Chile. El aumento en el consumo de vidrio en un 15,2% respecto del año anterior, se debe directamente a un aumento en la producción de vinos.

Por otra parte, la disminución en un 17,5% en el consumo de plástico respecto del año anterior, se explica por una disminución en el espesor de botellas PET para bebidas gaseosas y aguas minerales, así como por efecto de diferencias de inventarios iniciales y finales de resinas.

Durante 2015, CCU S.A. utilizó alrededor de 170.500 toneladas de envases y productos de embalaje.

Materiales de fabricación (KG)	2013	2014	2015
Vidrio	100.648.000	96.342.549	110.966.541
Plástico	28.733.154	36.758.739	30.334.123
Metal	10.654.042	12.585.178	13.795.416
Cartones	13.580.154	12.762.697	14.077.255
Otros	1.364.069	1.090.128	1.331.708
Total	**154.979.419**	**159.539.291**	**170.535.042**

Distribución (%) de materiales de fabricación utilizados en envases

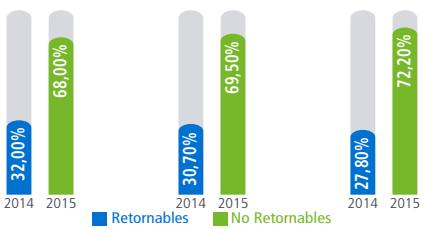


Retornabilidad de envases
(G4-EN28)

A través de la reutilización de envases, se reduce la cantidad de residuos producidos y el costo asociado a estos.

La reutilización de envases retornables durante 2015 fue del 27,8%. Por su parte, los envases no retornables, elaborados mayormente por materiales reciclados, correspondieron al 72,2% de la producción.

Retornabilidad de envases (%)



Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP) (CCU 13.1)

CCU ha sostenido una actitud proactiva frente al proyecto de Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), que obliga a empresas fabricantes e importadoras de productos prioritarios a hacerse cargo de ellos una vez terminada su vida útil. La iniciativa contempla 6 productos prioritarios: aceites lubricantes, aparatos eléctricos y electrónicos, baterías, envases y embalajes, neumáticos y pilas.

CCU ha realizado un proceso de interiorización de este Proyecto de Ley, debido a que repercutirá directamente en la gestión medioambiental de la Compañía. Con el apoyo de SOFOFA, participa de la mesa de trabajo "Comité Pro Reciclaje del Empresario", la cual está compuesta por 15 asociaciones gremiales. Ésta es encabezada por el gerente general de CCU, Patricio Jottar.

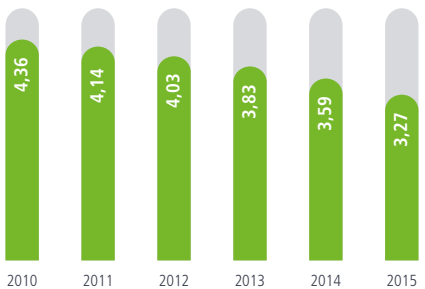
La iniciativa legal plantea una nueva forma de desarrollar los negocios para la industria en general. Es por ello que la Compañía ha realizado cambios internos que favorecerán sus operaciones al momento de que se ponga en marcha esta Ley.

CCU participa también en la Asociación Gremial de Alimentos y Bebidas de Chile A.G. (AB Chile), desde donde surgió el proyecto de realizar Estudios Pilotos para gestionar la recolección segregada y la disposición adecuada de los residuos conocidos como Envases y Embalajes (E&E) de las industrias representadas por A&B Chile. Esta iniciativa pretende implementarse tan pronto se promulgue la Ley REP, de manera de poder contribuir con información valiosa que sea útil para el Ministerio de Medio Ambiente.

A su vez, durante la gestión 2015 y en sintonía con el espíritu de la Ley, CCU redujo el gramaje PET (tereftalato de polietileno) de sus botellas de agua, así

como también el del film termocontraíble de empaques secundarios. Junto con ello, en el futuro próximo disminuirá el peso en gramos de las tapas plásticas, como también utilizará cajas confeccionadas a partir de material reciclado.

Consumo de agua (Hl/Hl)



El agua es la principal materia prima que utiliza CCU S.A. y CCU Argentina para elaborar bebidas alcohólicas y analcohólicas. Su uso ha descendido de manera permanente, llegando a una reducción de 25,1% entre ambas operaciones desde 2010. En 2015 las operaciones alcanzaron los 3,27 litros de agua utilizada por litro de producto elaborado.

Procesos del agua

CCU S.A. ha fomentado que el uso consiente y eficiente del recurso hídrico sea una práctica habitual en la Compañía. Esto se ha ido fortaleciendo a través de múltiples acciones enfocadas en acciones preventivas y correctivas que permiten fortalecer el camino hacia la meta de reducción del consumo de agua de cara al 2020.

Captación de agua por año

(G4-EN8) (G4-EN9) (G4-EN10)

Desde la Dirección General de Aguas (DGA) del Ministerio de Obras Públicas, se obtienen los derechos de extracción de agua para su uso en Plantas Productivas de CCU S.A. Estos derechos velan por el cuidado de que dichas captaciones no afecten los niveles freáticos de las napas, la cantidad de agua disponible para el consumo directo de las comunidades o cualquier otra alteración que involucre al medio ambiente.

A partir de los derechos de aprovechamiento, los procesos industriales son abastecidos con agua que proviene principalmente de napas subterráneas por medio de pozos profundos (87,7%).

Captación de agua por fuentes (%)

Fuente	2014	2015
Pozos profundos	87,4%	87,7%
Manantiales	5,5%	5,9%
Red Potable	4,1%	3,6%
Canales	3,0%	2,8%
Total	**100%**	**100%**

Consumo de agua

El último Objetivo Clave de CCU S.A. y CCU Argentina tiene que ver con el uso eficiente del recurso hídrico durante los procesos industriales. Para poder gestionarlo, y a partir de la línea base tomada como referencia en los dos Objetivos Clave anteriormente mencionados, la Compañía se ha puesto la meta de reducir el consumo de agua en un 33% para el año 2020.

Las aguas que son captadas desde sus fuentes de origen, son sometidas a tratamiento para dar cumplimiento a las especificaciones de los procesos de producción y exigencias sanitarias vigentes. Los RILES que resultan de dichos procesos son descargados siguiendo las normativas de vertido aplicables.

Bajo este escenario, durante 2015, el 6,2% del agua total utilizada por las operaciones de CCU S.A. fue reciclada y reutilizada principalmente como insumo para riego.

Algunas de las instalaciones de la Compañía Pisquera de Chile (CPCh) se ubican en zonas que presentan déficit hídrico, principalmente en la Región de Coquimbo, lo que se debe a una sequía que se ha prolongado por más de una década. Éstas corresponden a las plantas de Ovalle, Sotaquí, Monte Patria y Salamanca. Consciente de la situación, CCU trabaja en forma permanente para optimizar el uso del agua en estas instalaciones.

A pesar de que esta zona se encuentra fuertemente afectada por la sequía, no se tiene información respecto a una afectación significativa de fuentes de agua por parte de las operaciones de CCU. Bajo este contexto, durante 2015, del total de los 254.706 m^3 de residuos Industriales líquidos (RILES) producidos por CPCh, el 85% retornó a canales superficiales de riego.

Vertido total de aguas residuales según su origen y destino (G4-EN22)

Las aguas captadas desde sus fuentes de origen, son sometidas a tratamiento para satisfacer el cumplimiento de las regulaciones de los procesos de producción y las exigencias sanitarias vigentes. Los residuos industriales líquidos o RILES que se obtienen a partir de dichos procesos son descargados de acuerdo a las normativas de vertido aplicables.

La distribución de los residuos industriales líquidos producidos por CCU S.A. durante 2015, fue la siguiente:

Distribución de RILES	2014	2015
Plantas producción bebidas analcóholicas	33%	31,6%
Plantas producción bebidas alcohólicas	55%	55,1%
Plantas producción mixta: bebidas alcohólicas y analcóholicas	12%	13,3%
Total	**100%**	**100,0%**

Durante 2015, 4.194.156 m^3 de residuos líquidos industriales fueron tratados con diferentes tecnologías. El 61% de las aguas tratadas se generó en Plantas de Tratamiento Internas y el 39 % fue enviado a empresas sanitarias.

El tratamiento de tipo aerobio disminuyó significativamente durante 2015, debido a la exclusión del RIL de Foods Alimentos en las plantas de Talca y La Reina. Dichas descargas eran conducidas a las respectivas Empresas Sanitarias. Paralelamente, la planta de Santiago puso en marcha su Planta de Tratamiento de Riles (PTR) de tipo mixta anaerobio/aerobio, cuya descarga va a cursos superficiales de agua.

Volumen total de vertimiento de aguas residuales

Inversión medioambiental (G4-EN31)

La inversión medioambiental de CCU S.A. sigue los lineamientos de la Visión 2020, para así establecer metas de cumplimiento específicas para todas las Unidades. Durante 2015, éstas incorporaron tecnología que permitió mejorar sus operaciones con el fin de reducir la generación de residuos, el uso del agua y el consumo de energía.

Inversiones ambientales significativas

Grupo San Pedro Tarapacá
Adecuación de Planta de Tratamiento de Riles existente, nueva Planta de Riles Isla de Maipo, ampliación cámara colectora RILES Isla de Maipo

Compañía Pisquera de Chile
Nueva Planta de Tratamiento de Riles en Salamanca y Sotaquí, Upgrade de Planta lodos, cambio tecnológico carga de lodos en planta Pisco Elqui, regularización instalación eléctrica Planta Salamanca.

ECCUSA
Aislación de los mantos de calderas.

PLASCO
Incorporación de nuevos medidores consumo eléctrico por línea, cambio de iluminación, nueva bodega para residuos peligrosos (ResPel) y sustancias inflamables en Planta PLASCO.

Aguas CCU-Nestlé
Nueva Planta de Tratamiento de Residuos en Coinco, dos estanques nuevos para Planta de Tratamiento de Residuos, nueva bodega de almacenamiento de sustancias inflamables, control de CO2, agua y energía.

Compañía Cervecera Kunstmann
Nueva Planta de Tratamiento de Riles en Valdivia.

Distribución de riles según tratamiento

Tratamiento	2014		2015		Ejecutor	Destino
	Volumen RIL (m^3)	%	Volumen RIL (m^3)	%		
Aerobio	3.328.307	71,20%	1.596.062	38,05%	Sanitaria	Cursos superficiales de agua
	92.157	1,90%	110.604	2,64%	Interno	Riego interno
	218.927	4,60%		0,00%	Interno	Descarga a sanitaria
	232.928	4,40%	261.921	6,24%	Interno	Cursos superficiales de agua
Tratamiento fisicoquímico	47.817	1,0%	66.368	1,58%	Interno	Infiltración
	188.984	4,00%	352.201	8,40%	Interno	Riego interno
Mixto anaerobio/aerobio	554.145	11,80%	1.767.609	42,14%	Interno	Cursos superficiales de agua
Emisarios marinos	37.225	0,80%	25.699	0,61%	Sanitaria	Emisario sanitaria
Evaporación forzada	15.036	0,30%	13.691	0,33%	Interno	Interno
Total	**4.715.526**	**100%**	**4.194.156**	**100%**		

Unidades Industriales	Monto inversiones ($CLP)
Cervecería CCU	535.841.575
ECCUSA	48.036.775
Aguas CCU- Nestlé	40.356.018
Grupo San Pedro Tarapacá	136.180.833
Compañía Pisquera de Chile	9.711.700
PLASCO	109.111.930
Compañía Cervecera Kunstmann	2.958.766.852
TOTAL	**3.838.005.683**

Plantas CCU certificadas bajo Norma ISO 14001

La norma ISO 14001 es una herramienta que tiene el propósito de apoyar la aplicación de un plan de manejo ambiental en cualquier tipo de organización. Para certificarse bajo esta norma, la empresa debe tener un plan de manejo ambiental que incluya objetivos y metas ambientales, políticas y procedimientos, y un sistema para controlar cualquier cambio y avance realizado, entre otras cosas.

CCU S.A. está adherido voluntariamente a esta norma, con un 98% de sus Plantas Industriales y 29% de sus Centros de Distribución a lo largo del país, certificadas.

UEN/UES	ISO 14001
Cervecería CCU	100%
ECCUSA	100%
Aguas CCU Nestlé	100%
Grupo San Pedro Tarapacá	100%
Compañía Pisquera de Chile	100%
PLASCO	100%
Compañía Cervecera Kunstmann	2016
CCU S.A.	**98%**

Centros de Distribución TCCU	ISO 14001
Antofagasta	•
Ovalle	•
Cervecera	•
Modelo	•
Talca	•
Talcahuano	•
Temuco	•

PLASCO CCU obtiene Certificación de Eficiencia Energética ISO 50001

En el mes de julio, PLASCO S.A., unidad encargada de fabricar envases plásticos en CCU S.A., obtuvo la Certificación de Eficiencia Energética ISO 50.001, que garantiza el adecuado uso de los recursos en los procesos productivos y la implementación de buenas prácticas en esta materia. Entre ellas se encuentran la identificación y eliminación de desechos energéticos, y la utilización de equipos eficientes para lograr mejores desempeños.

La certificación ISO 50.001 Gestión de Eficiencia Energética, complementa el compromiso de PLASCO S.A. por lograr la mejora continua de sus procesos, basada en la inocuidad de sus productos (ISO 22.000), el cuidado del medio ambiente (ISO 14.001), la seguridad y salud de los trabajadores (OHSAS 18.001) y el programa de Optimización de la Cadena de Abastecimiento (OCA/TPM).

Para 2016 se encuentran en vías de certificación las plantas de Cervecería CCU en Santiago y en Temuco, mientras que otras Unidades se encuentran en procesos tempranos de implementación.

Durante 2015, CCU S.A. no registró multas significativas ni sanciones por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental. (G4-EN29)

Indicadores **GRI**

(G4-32)

Capítulo	Aspecto Material	Código Indicador (GRI, acción, propio)	Descripción Indicador	Principios Pacto Global	Páginas
Carta de Gerente General		G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia.	Declaración de apoyo continuo al Pacto Global	4
Proceso de Construcción		G4-3	Nombre de la organización.	-	7
		G4-5	Localización de la sede principal de la organización.	-	7
		G4-28	Período objeto del Informe.	-	7
		G4-29	Fecha del último Informe.	-	7
		G4-30	Ciclo de presentación del Informes.	-	7
		G4-31	Punto de contacto para solventar dudas que puedan surgir en relación al contenido del Informe.	-	7
		G4-18	Proceso que se ha seguido para determinar el contenido del Informe y la cobertura de cada Aspecto Material.	-	7
		G4-19	Lista de Aspectos Materiales.	-	7 y 9
		G4-20	Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto Material.	-	9
		G4-21	Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto Material.	-	9
		G4-22	Consecuencias de reformulaciones de información facilitada en Informe anteriores y sus causas.	-	7
		G4-23	Cambios significativos en Alcance y Cobertura de cada Aspecto respecto a Informes anteriores.	-	7
		G4-33	Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa.	-	7
CAPÍTULO 1					
Perfil de la Compañía		G4-4	Marcas, productos y servicios importantes de la organización.	-	18
		G4-6	Países en los que opera la organización o lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto del Informe.	-	13
		G4-7	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	-	17
		G4-8	Mercados a los que se sirve.	-	13
		G4-9	Escala de la organización (número de empleados; operaciones; ventas netas; capitalización; y cantidad de productos o servicios que se ofrecen).	-	12
		G4-10	Dotación de trabajadores desglosada por tipo de contrato laboral, jornada laboral, región y género; cambios significativo en el número de trabajadores y total de la fuerza laboral contratista.	6	12
		G4-13	Cambios significativos durante el período en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	-	17
		G4-15	Lista de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	-	21
		G4-16	Lista de las asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	-	21
		G4-24	Lista de grupos de interés vinculados a la organización.	-	20
		G4-25	Base para la selección de grupos de interés con los que se trabaja en la organización.	-	20
		G4-26	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.	-	20
CAPÍTULO 2					
Visión Estratégica		G4-34	Estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno e indicando qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	10	23
		G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	-	23
		G4-39	Presidente del órgano superior de gobierno ocupando también un puesto ejecutivo.	-	23
		GC2	Política de participación en otros directorios para integrantes del órgano máximo de gobierno.	-	23
		GC3	Frecuencia temporal de participación en los mismos (mensual, trimestral, semestral, anual, etc).	-	23

Capítulo	Aspecto Material	Código Indicador (GRI, acción, propio)	Descripción Indicador	Principios Pacto Global	Páginas
	Ética y Transparencia	DMA 7	Enfoque de Gestión.	-	26
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	26
		G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización.	-	26
		G4-57	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita.	-	28
		G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas.	-	28
		CCU 7.1	Casos de Ética y Transparencia.	-	28
	Plan de Eficiencia	DMA 8	Enfoque de Gestión.	-	29
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés, especificando qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	-	29
		CCU 8.1	Definición de plan estratégico.	-	29
		CCU 8.2	Avances en Programa OCA/TPM.	-	29
	Multinacionalización CCU	DMA 1	Enfoque de Gestión.	-	30
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	30
		CCU 1.1	Traspaso de prácticas desde CCU Chile a CCU Internacional.	-	30
	Rentabilidad Alcanzada	DMA 9	Enfoque de Gestión.	-	31
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	31
		G4-17	Entidades financieras que figuran en los estados financieros consolidados y otros documentos equivalentes.	-	32 Para mayor información de los Estados Financieros de la Compañía revisar la Memoria Anual 2015, en www.ccu.cl.
		G4-EC1	Valor directo generado y distribuido.	-	31 y 32
	Innovación	DMA 14	Enfoque de Gestión.	-	33
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	33
		CCU 14.1	Iniciativas para la innovación.	-	33
CAPÍTULO 3					
Trabajadores		G4-10	Dotación desglosada por tipo de contrato laboral, jornada laboral, región y género.	-	37
		G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización.	-	37
	Sentido de Pertenencia	DMA 12	Enfoque de Gestión.	-	40
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	40
		G4-11	Porcentaje de trabajadores cubiertos por convenios colectivos.	1 y 3	40
		G4-LA1	Número y tasa total de contrataciones y rotación media de empleados, desglosado por grupo etario, género y región.	-	41
		CCU 12.1	Trabajo interárea.	-	42
		CCU 12.2	Comunicación entre diferentes niveles organizacionales.	6	42
		DSCL 14	Estudio de clima laboral.	6	43
		DSCL 15	Medidas implementadas para la gestión del clima laboral.	6	43
	Cultura de la Seguridad	DMA 4	Enfoque de Gestión.	-	44
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	44

Capítulo	Aspecto Material	Código Indicador (GRI, acción, propio)	Descripción Indicador	Principios Pacto Global	Páginas
		G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	6	45
		G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.	1	45
		G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	1	44
		CCU 4.1	Seguridad y prevención de riesgos.	-	44
	Desarrollo de Carrera	DMA 11	Enfoque de Gestión.	-	48
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	48
		G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por género y categoría laboral.	6	48
		G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	6	48
		G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones de desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por género y categoría profesional.	3	50
		G4-LA13	Relación entre salario base de hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y ubicaciones significativas de actividad.	1 y 6	51
		CCU 11.1	Plan de capacitaciones CCU.	-	50
		DSML 16	Porcentaje total de personas que fueron promovidas a un cargo superior, como proporción del total de trabajadores.	6	50
		DSML 17	Porcentaje de vacantes internas ocupadas por trabajadores de la organización.	6	50
CAPÍTULO 4					
Clientes y Consumidores	Relación con Clientes	DMA 3	Enfoque de Gestión.	-	53
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	53
		G4-PR5	Resultados o principales conclusiones de encuestas de satisfacción a clientes.	-	54
		CCU 3.1	CRECCU.	-	54
	Calidad de Productos	DMA 2	Enfoque de Gestión.	-	56
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	56
		CCU 2.1	Satisfacción a nivel de consumidores.	-	55
		CCU 2.2	Certificaciones.	8	56
	Cambios en las Normativas	DMA 13	Enfoque de Gestión.	-	57
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	57
		CCU 13.1	Medidas implementadas en función de cambios en normativas.	-	57
CAPÍTULO 5					
Proveedores		G4-12	Cadena de suministro de la organización.	-	59
		G4-LA14	Porcentaje de nuevos contratistas que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales que ellos poseen.	6	62
	Multinacionalización CCU	CCU 1.3	Cambios en estructura organizacional.	-	61

Capítulo	Aspecto Material	Código Indicador (GRI, acción, propio)	Descripción Indicador	Principios Pacto Global	Páginas
CAPÍTULO 6					
Comunidad	Trabajo con la Comunidad	DMA 5	Enfoque de Gestión.	-	65
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	65
		G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	-	68
		CCU 5.1	Aporte Teletón.	-	65
		CCU 14.1	Iniciativas para innovación.	-	66
	Consumo Responsable de Alcohol	DMA 6	Enfoque de Gestión.	-	68
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés, especificando qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	-	68
		G4-SO1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	1 y 2	68
		CCU 6.1	Iniciativas de consumo responsable de alcohol.	-	68
		CCU 6.2	Indicador de consumo responsable.	-	69
		DSCC 20	Prácticas en temáticas de consumo responsable.	-	68
CAPÍTULO 7					
Medio Ambiente	Gestión del Medio Ambiente	DMA 10	Enfoque de Gestión.	-	71
		G4-14	Cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	7	71
		G4-27	Principales preocupaciones que han surgido a partir de la participación de los grupos de interés.	-	71
		G4-EN1	Materiales utilizados por peso o volumen.	-	79
		G4-EN2	Materiales reciclados.	8	78
		G4-EN3	Consumo energético interno.	-	77
		G4-EN6	Reducción de consumo energético.	8 y 9	76
		G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	-	81
		G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente.	-	81
		G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	8 y 9	81
		G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) (alcance 1).	-	74
		G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) (alcance 2).	-	74
		G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) (alcance 3).	-	74
		G4-EN19	Reducción de las emisiones GEI.	7, 8 y 9	72
		G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.		75
		G4-EN21	Otras emisiones significativas al aire.	-	75
		G4-EN22	Vertimiento de aguas residuales.	-	82
		G4-EN23	Peso total de residuos, según tipo y método de tratamiento.	-	79
		G4-EN25	Peso total de residuos gestionados.	8	79
		G4-EN28	Productos recuperados al final de su vida útil.	8 y 9	80
		G4-EN29	Valor monetario de las multas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación de la normativa ambiental.	7 y 8	83
		G4-EN31	Gastos e inversiones ambientales.	7, 8 y 9	82
		CCU 13.1	Medidas implementadas en función de cambios en normativas.	8 y 9	80
		MA.10	Metas de desempeño en temas de emisiones atmosféricas.	7, 8 y 9	71

GERENCIA DE ASUNTOS CORPORATIVOS CCU

Dirección: Vitacura 2670, Piso 26, Las Condes, Santiago de Chile.
Teléfono: +56 2 24273000
Web: www.ccu.cl
E-mail: ccu@ccu.cl

Gerencia de Asuntos Corporativos
Marisol Bravo, Gerente Asuntos Corporativos

Producción Ejecutiva y Edición
Carlos del Solar, Jefe Corporativo Relación
con Comunidad y Sustentabilidad

Desarrollo Informe
Gestión Social

Diseño
Qdesign.cl

www.ccu.cl