

vitacura 19:40

JCDecaux

CRISTAL

REFRESHAMOS el VERANO



CRISTAL CERVEZA SIN AZÚCAR Y DE CUERPO SUAVE

19:40

JCDecaux

PRUEBA
PEPSI **0** zero azúcar



ZERO AZÚCAR Y DELICIOSA!
CÁMBIA TU RUTINA

1865



19:40



Informe de Sustentabilidad 2017



Contenido

 <p>01</p> <p>Mensaje del Gerente General. 3</p>	 <p>02</p> <p>Acerca del Informe. 5</p>	 <p>03</p> <p>Perfil de la Compañía. 9</p>	 <p>04</p> <p>Gobernanza, Ética y Transparencia. 19</p>
 <p>05</p> <p>Rentabilidad y Crecimiento. 24</p>	 <p>06</p> <p>Sustentabilidad. 27</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas que nos Mueven 29 • Planeta por el que Velamos 56 • Marcas que nos Inspiran 62 	 <p>07</p> <p>Anexos. 68</p>	 <p>08</p> <p>Tabla de Indicadores Estándares Global Reporting Initiative (GRI) 72</p>



01

Mensaje del Gerente General

Indicadores GRI 102-14, 102-15.

Estimados lectores:

Con satisfacción, les presento el Informe de Sustentabilidad CCU 2017, en el que plasmamos nuestros hitos de desempeño en los ámbitos económico, social y ambiental, siendo, al mismo tiempo, nuestra Comunicación de Progreso (COP) al Pacto Global de Naciones Unidas, iniciativa a la cual adherimos desde hace 14 años. Quiero destacar que el compromiso con la sustentabilidad es parte de nuestra esencia como Compañía, es decir, con lo que hacemos, cómo lo hacemos y para quién lo hacemos.

En este sentido, lo que nos define, Ser CCU, consiste en crear experiencias para compartir juntos un mejor vivir. Y esto lo aplicamos con todos nuestros grupos de interés, es decir, los trabajadores, consumidores, clientes, proveedores, comunidades locales, accionistas y la sociedad en general.

¿Cómo incorporamos la sustentabilidad a nuestro negocio?: es uno de nuestros tres Pilares Estratégicos, junto a los de Crecimiento y Rentabilidad. De esta manera, buscamos asegurar el valor de la Compañía a largo plazo, teniendo en consideración el bienestar actual y futuro de todas las personas con las que interactuamos y el cuidado del medioambiente.

Durante 2017 pudimos plasmar los objetivos de nuestro Plan Estratégico, alcanzando volúmenes de venta por más de 26 millones de hectolitros, 5% más que en 2016. Estos logros fueron impulsados de manera importante por nuestras operaciones en Argentina, Uruguay y Paraguay, las que en su conjunto crecieron un 16,9%. El Segmento de operación Chile también contribuyó, con volúmenes mayores en 1,2%, mientras que en el Segmento de operación Vinos, estos crecieron en 3,1%. Todo ello se tradujo en un incremento de

nuestro EBITDA en un 15,1%, y una utilidad del ejercicio superior en 9,4% respecto del año anterior.

Para cautelar la sustentabilidad de nuestro negocio, estamos atentos a las nuevas señales del contexto en el que operamos: estudiando las tendencias actuales de consumo y buscando la manera de responder con un sello innovador a las expectativas y preocupaciones de nuestros consumidores y otros grupos de interés.

Contribuyó a formalizar la gobernanza de nuestras iniciativas de sustentabilidad la creación del Comité de Sustentabilidad. Esta instancia articuló los distintos esfuerzos en estas materias alineándolos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

También nos involucramos en los desafíos mundiales que impone el cambio climático: contamos con una Visión Medioambiental 2020, en la que tenemos importantes logros, a dos años del plazo límite que establecimos en 2010, cuando adoptamos esta Visión. Nos propusimos reducir en un 33% el consumo de agua por hectolitro y lo hemos disminuido en un 40%. También nos planteamos bajar en 20% las emisiones de Gases Efecto Invernadero y logramos un 22%. Un proyecto emblemático de nuestra área Logística asociado a este ámbito fue la incorporación de camiones eléctricos a la flota de distribución en el centro de Santiago. Estos hitos relacionados con reducción de emisiones fueron reconocidos en 2017 como buenas prácticas por parte de la Cámara Chileno Británica de Comercio y Pacto Global Chile.

En cuanto a la valorización de nuestros residuos industriales, nos fijamos como tarea alcanzar un 100%, y llegamos al 98%. Por todo

lo anterior, ya estamos trabajando para plantear nuevos objetivos con la Visión Medioambiental 2030.

Podemos destacar que en todos estos ámbitos también hay tareas país, entre ellas, las asociadas a la implementación de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP). En torno a ella, estamos trabajando a nivel de su implementación general y también apoyando la certificación de recicladores base. Además, suscribimos en 2017 otra iniciativa de alcance medioambiental: el Acuerdo de Producción Limpia (APL), orientado a la eficiencia en el uso de los recursos naturales, energéticos y la competitividad productiva.

Con nuestros proveedores impulsamos relaciones colaborativas. Para ello, plasmamos un modelo de gestión que incorpora criterios de desempeño económico, social y ambiental. El marco ético es nuestra Guía de Buenas Prácticas de Proveedores, la cual establece directrices en materia de cumplimiento ambiental, seguridad y salud ocupacional, no discriminación, transparencia empresarial, libertad de asociación, trabajo infantil y forzoso, entre otros aspectos que consideramos relevantes e ineludibles en toda organización. Otra muestra de nuestro compromiso con proveedores es que por quinto año consecutivo seguimos siendo parte del Programa Sello Pro PyME.

Asimismo, planteamos nuestra relación con los clientes a partir de un horizonte común de largo plazo, apoyando su desarrollo con iniciativas de crecimiento conjunto que, en el caso de los canales más tradicionales, han significado apalancar emprendimientos con un programa único en el país: CRECCU, que ya cuenta con más de siete mil inscritos. Este es un programa de microcréditos orientado a facilitar capital de trabajo a pequeños y medianos comerciantes.

Este compromiso con una gestión responsable e integral de nuestra actividad tiene larga data. Un ejemplo concreto es que por 18 años hemos trabajado nuestro Programa de Consumo Responsable de Alcohol "Educar en Familia CCU", que representa uno de los principales lineamientos de nuestro vínculo con la comunidad. La iniciativa se lleva a cabo mediante charlas en colegios municipales y particulares, además de centros penitenciarios. Durante 2017, organizamos 77 talleres, donde hubo 3.344 asistentes, entre profesores, alumnos, gendarmes e internos. Además, se extendió a trabajadores CCU, con una cobertura indirecta total de 13.376 personas.

En este contexto, realizamos distintas campañas de consumo responsable de alcohol a nivel corporativo y también a través de nuestras unidades VSPT Wine Group y Compañía Pisquera de Chile (CPCh), incluyendo la campaña que se realiza anualmente en colaboración con Carabineros de Chile.

En el ámbito solidario, participamos en la 29° versión de la Teletón, desarrollando la tarea "27 Toneladas de Amor CCU", con el fin de colaborar en la educación ambiental a través de la promoción de la recolección y del reciclaje de botellas de plástico, además de apoyar la campaña solidaria. Este año aumentamos los centros de acopio de PET, llegando a un total de 260 en todo el país. Esto permitió superar ampliamente la meta, contabilizando 53 toneladas de botellas.

De igual manera, dimos continuidad a nuestro Programa de Cultura "CCU en el Arte", en el que hemos trabajado durante 24 años con el objetivo de acercar el arte a la gente, pues consideramos que la cultura es un instrumento de educación y memoria colectiva fundamental para la sociedad y estamos convencidos de la importancia de ampliar su acceso a todos.

Para concluir, quisiera reiterar mi agradecimiento a todas las personas que integran CCU, son el motor de nuestros logros y cada día nos esforzamos por promover acciones para su seguridad, desarrollo y crecimiento. Reflejo de esto es que hemos mantenido acotadas nuestras tasas de accidentabilidad, sin fatalidades, a partir del fortalecimiento de una cultura preventiva. Asimismo, hemos generado nuevas oportunidades de capacitación, conforme a nuestros objetivos de excelencia.

Valoro el compromiso de todos y confío en que seguiremos consolidando la posición de nuestra Compañía a nivel regional, sobre la base de nuestro Ser CCU.

Reciban un cordial saludo,

Patricio Jottar N.
Gerente General
Compañía Cervecerías Unidas S.A.

02

Acerca de
este Informe

Indicadores GRI 102-32, 102-45, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54, 102-56

El Informe de Sustentabilidad CCU 2017 comunica el desempeño económico, social y ambiental de la Compañía de Cervecerías Unidas S.A. (en adelante, CCU o la Compañía), abarcando su operación local (Chile), con las unidades de negocio CCU S.A., CCU Chile, Viña San Pedro Tarapacá (VSTP Wine Group), Compañía Píscuera de Chile (CPCh), Compañía Cervecera Kunstmann y Manantial S.A.

Cabe precisar que, en el ámbito ambiental, el documento incluye el desempeño de la filial CCU Argentina. Estos datos fueron auditados por un tercero independiente en lo que respecta a los indicadores asociados a Huella de Carbono (Emisiones de Gases Efecto Invernadero, GEI), Alcances 1 y 2; Uso/Consumo de Agua y Valorización de Residuos Sólidos.

Asimismo, en el contenido de Personas que nos Mueven, sección Trabajadores, la dotación total de contratistas no se encontraba disponible al cierre de este informe.

A diferencia de 2016, en que se utilizó la versión G4, este informe fue elaborado de conformidad con los nuevos Estándares de Global Reporting Initiative (GRI), opción Esencial. Como en ejercicios anteriores, se incorporaron KPI's (Key Performance Indicators) aplicables de la Guía de Indicadores Chilenos para la Sostenibilidad, de ACCIÓN Empresas, además de indicadores propios de CCU y del Suplemento Sectorial "Food Processing" (FP). También se tuvo como referencia tanto los Principios como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de Pacto Global, iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas a la cual la Compañía adhiere.

Como es habitual, el proceso de elaboración del Informe de Sustentabilidad CCU 2017 (el treceavo que presenta la Compañía

anualmente), fue coordinado por la Gerencia de Asuntos Corporativos, cumpliendo cada etapa con las respectivas validaciones de todas las áreas que aportaron información.

Identificación, priorización y validación de temas materiales

Indicadores GRI 102-21, 102-43, 102-46.

Este año, CCU realizó un proceso exhaustivo de análisis de materialidad, con el propósito de identificar con mayor profundidad los temas relevantes para la industria en la cual opera la Compañía, así como los principales impactos, riesgos y oportunidades.

Por temas materiales se entienden aquellos aspectos que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización e influyen sustancialmente en las evaluaciones y las decisiones de los grupos de interés con los cuales se relaciona.

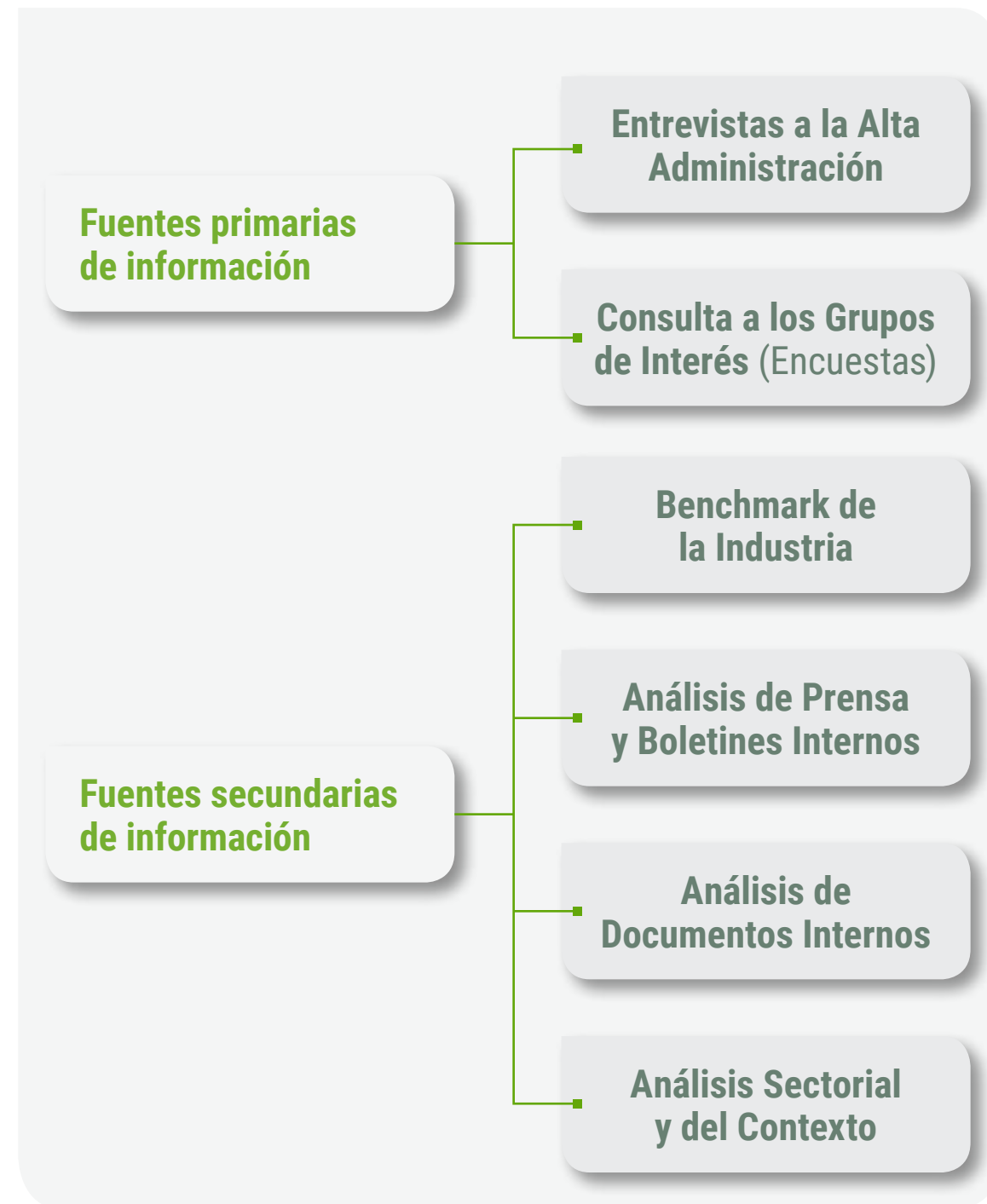
Así, junto con definir temas y desafíos propios de la actividad de negocios con fines de reportabilidad, esta fase clave se planteó los importantes objetivos de actualizar la Matriz de Materialidad vigente hasta 2016 y aportar valiosos insumos para el diseño de la Estrategia de Sustentabilidad de CCU.

De esta manera, los ejes de trabajo y los indicadores de gestión a implementar en el marco de dicha estrategia son reflejo de un proceso acucioso y participativo de las distintas áreas, con miras a la mejora continua en materia de desempeño económico, social y ambiental.

Cabe destacar que la Estrategia de Sustentabilidad de CCU pone en contexto, fortalece y amplía el alcance de los focos que ya se venían abordando a través de los programas e iniciativas establecidos en relación con los grupos de interés (GI) de la Compañía (ver listado de los stakeholders prioritarios y los respectivos canales de diálogo con ellos en el indicador 102-42, capítulo Perfil de la Compañía).

El proceso de Análisis de Materialidad antes mencionado consideró las siguientes sub-etapas:

Análisis de Materialidad: Sub-Etapas



Fuentes secundarias de información:

- **Benchmark de la industria:** Se analizaron nueve reportes de sostenibilidad /sustentabilidad de empresas del rubro, a nivel local e internacional, algunas de ellas consideradas las mejores prácticas de la industria en el mundo.
- **Análisis de prensa y boletines internos:** Se examinaron las noticias del período 2017, con menciones a CCU y sus principales marcas, publicadas en prensa escrita a nivel nacional, así como los boletines internos, con el fin de detectar aquellos temas abordados con mayor frecuencia dada su relevancia.

- **Análisis de documentos internos:** Se revisaron más de 40 documentos relevantes, entre ellos, políticas, manuales, procedimientos, programas, estrategias y planes que contienen los principales objetivos, herramientas de gestión y declaraciones de CCU, a nivel corporativo.
- **Análisis sectorial y del contexto:** Consistió en identificar los principales riesgos, impactos, desafíos y oportunidades vinculados con la actividad de negocios de CCU, incluyendo el análisis especializado de acuerdo con SASB (*Sustainability Accounting Standards Board*), un conjunto de estándares contables para aspectos no financieros de compañías que transan en bolsa, orientados a informar a inversionistas y reguladores.

A partir de estos insumos, se pudo configurar una lista exhaustiva (amplia) de asuntos relevantes para el quehacer de la organización, la cual fue sometida a un proceso de priorización en la sub-etapa de consulta directa a fuentes primarias (actores clave de CCU).

Fuentes primarias de información:

- **Entrevistas a la Alta Administración:** Se entrevistó a un total de 28 integrantes de la alta dirección, incluyendo gerentes de primera línea y subgerentes, con el objetivo de identificar los enfoques de gestión de sus respectivos ámbitos de trabajo y obtener sus visiones en materia de desempeño sustentable. En esta instancia, los ejecutivos de CCU priorizaron los asuntos relevantes de la lista exhaustiva que les fue presentada y agregaron temas que consideraron pertinentes.
- **Consulta a los Grupos de Interés (encuestas):** Se aplicaron encuestas estandarizadas masivas a los stakeholders clave de CCU, con miras a la priorización de los asuntos relevantes.

Los grupos de interés consultados fueron los siguientes:
- **Grupos de Interés externos:** Consumidores, Clientes, Inversionistas, Proveedores, representantes de las Comunidades, Autoridades, Líderes de Opinión en materia de sustentabilidad y responsabilidad corporativa (Pacto Global, ACCIÓN Empresas, entre otros); gremios del sector y prensa.



A todos ellos se les envió una encuesta en modalidad on line, excepto Clientes. En este caso, se aplicó la encuesta de manera presencial a una muestra representativa de los distintos canales de venta con los que opera CCU.

- **Grupos de Interés internos:** Trabajadores y Alta Administración de CCU.

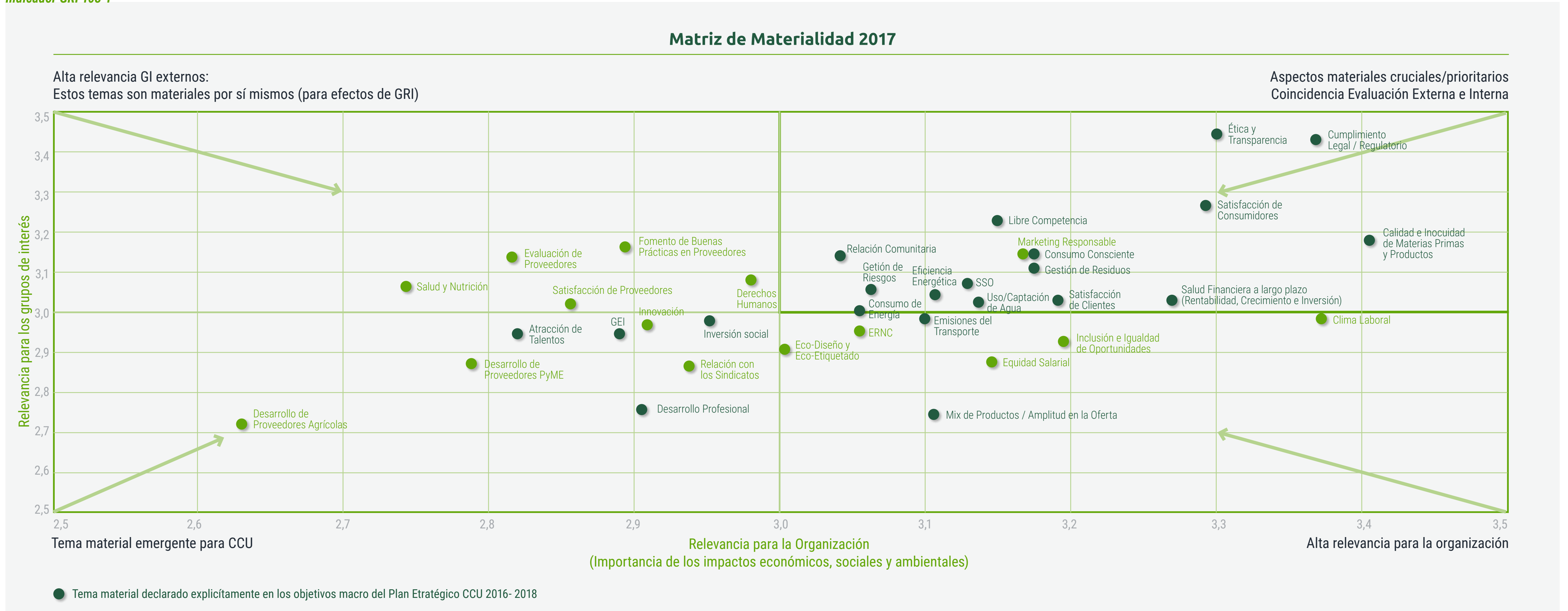
Es preciso señalar que la consulta también ofrecía la opción de incorporar y evaluar temas que no estuvieran considerados en la lista preliminar a priorizar. Para evaluar la importancia de los impactos económicos, sociales y ambientales asociados a cada tema listado, los criterios de priorización aplicados en la encuesta de materialidad contemplaron una escala de 1 a 4, donde 1 correspondía a que el tema **“No es relevante, tiene poca importancia y no es pertinente”**; y 4 correspondía a que el tema es **“Crucial o crítico: de no abordarlo, pone en riesgo la continuidad operativa de la organización”**.

Indicador GRI 102-32

La priorización de temas materiales obtenida en la consulta directa permitió actualizar la Matriz de Materialidad, para posteriormente validarla con las gerencias corporativas (incluyendo la Gerencia General) y el Comité de Sustentabilidad, instancia en la que el máximo órgano de gobierno de CCU delega el análisis y la supervisión de los asuntos relacionados con el desempeño sustentable a nivel transversal en la Compañía, en el contexto de las mejores prácticas y su debida rendición de cuentas mediante el presente informe.

Como se ha señalado, esta matriz actualizada en 2017 contiene los temas materiales clave, tanto para los grupos de interés internos como externos. Estos asuntos comprenden los objetivos a gestionar y comunicar de manera gradual en el marco de la Estrategia de Sustentabilidad, sobre la base de una hoja de ruta a establecer como siguiente paso para la Compañía.

La siguiente figura ilustra la Matriz de Materialidad resultante del proceso descrito
Indicador GRI 103-1



Cabe destacar que la mayoría de los temas resultaron evaluados con notas 3 a 4, es decir, entre Muy Relevantes y Críticos, según la escala utilizada. Incluso, aquellos temas que se dispersan en la matriz (Desarrollo de Proveedores Agrícolas, Desarrollo de Proveedores PyME y Desarrollo Profesional) obtuvieron calificaciones similares por parte de los grupos de interés internos y externos, con notas en el rango de

2,5 a 3, es decir, entre Medianamente Relevantes / Pertinentes y Muy Relevantes.

En la figura de la matriz se destacaron con puntos de color verde oscuro aquellos temas que tienen objetivos declarados de gestión en el Plan Estratégico actualmente vigente para la Compañía. De esta

manera, y siendo calificados con notas entre 2,5 y 3,0, estos temas también pueden relevarse como significativos para el desempeño de CCU: Atracción de Talentos, Desarrollo Profesional, Inversión Social y GEI (Medición y Gestión de Gases Efecto Invernadero).

A continuación, se presenta la lista de tema materiales de CCU, de acuerdo con la matriz actualizada.

Indicadores GRI 102-44, 102-47, 103-1

Lista de Temas Materiales CCU

Ámbito de Sustentabilidad	Tema Material	Relevancia para GI Externos	Relevancia para la Organización
Desempeño Económico / Gobernanza	Salud Financiera (Rentabilidad, Crecimiento e Inversión)	●	●
	Ética y Transparencia	●	●
	Cumplimiento Legal /Regulatorio	●	●
	Libre Competencia (Antimonopolio)	●	●
	Gestión de Riesgos	●	●
	Mix de productos / Amplitud en la oferta		●
Desempeño Social	Satisfacción de Consumidores	●	●
	Calidad e Inocuidad de las materias primas y productos	●	●
	Consumo consciente de alcohol	●	●
	Marketing Responsable	●	●
	Relación Comunitaria	●	●
	Satisfacción de Clientes	●	●
	SSO: Salud y Seguridad Ocupacional	●	●
	Clima laboral		●
	Inclusión e Igualdad de Oportunidades		●
	Equidad Salarial		●
	Desarrollo Profesional *	●	●
	Relación con Sindicatos *	●	●
	Atracción de Talentos *	●	●
	Eco-diseño y eco-etiquetado de productos		●
	Innovación *	●	●
	Desarrollo de Proveedores PyME *	●	●
	Desarrollo de Proveedores agrícolas *	●	●
	Inversión Social *	●	●
	Derechos Humanos en las prácticas laborales, incluyendo la cadena de valor (proveedores)	●	
	Fomento de Buenas Prácticas en Proveedores	●	
Evaluación de Proveedores	●		
Satisfacción de Proveedores	●		
Salud y Nutrición	●		
Desempeño Ambiental	Gestión de Residuos	●	●
	Eficiencia Energética	●	●
	Consumo de Energía	●	●
	Uso / Captación de Agua	●	●
	Emisiones del Transporte		●
	Energías Renovables No Convencionales (ERNC)		●
	GEI: Medición y Gestión de Gases Efecto Invernadero *	●	●

* Temas con evaluaciones similares en el rango de notas entre 2,5 a 3,0, tanto para los grupos de interés externos como Internos. En el caso de Atracción de Talentos, Desarrollo Profesional, Inversión Social y Medición y Gestión de Gases Efecto Invernadero, se trata de aspectos con objetivos de desempeño declarados por la Compañía. Por lo tanto, pese a no estar en el cuadrante donde coinciden las calificaciones de grupos de interés internos y externos, son significativos para CCU y se gestionan regularmente.

A partir de esta lista de temas materiales fueron seleccionados los indicadores a reportar de los Estándares Global Reporting Initiative (GRI), el suplemento sectorial, la Guía de Indicadores de Sostenibilidad de ACCIÓN Empresas, los KPI's propios de CCU y la referencia a los Principios y los ODS de Pacto Global.



Indicador GRI 102-53

Los lectores pueden dirigir sus consultas o comentarios acerca del Informe de Sustentabilidad CCU 2017 a: ccu@ccu.cl.



Los tres temas materiales más relevantes para CCU

El proceso de consulta directa incluyó una pregunta abierta para que los grupos de interés internos y externos encuestados se pronunciaran sobre aquellos tres temas que consideran como los más relevantes para el desempeño a largo plazo de la Compañía, uno por cada ámbito de gestión: Económico/Gobernanza, Social y Ambiental. Los resultados fueron los siguientes:

Ámbito Económico / Gobernanza:

Desempeño Económico / Salud Financiera a largo plazo (rentabilidad, crecimiento e inversión).

Ámbito social:

Relación con la Comunidad / Compromiso Social / Inversión Social.

Ámbito ambiental:

Gestión de Residuos / Reciclaje / Ley Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP).

Estos tres temas se gestionan en la Compañía a través de sus respectivos instrumentos y métricas: Plan Estratégico 2016-2018, Estrategia de Sustentabilidad y Modelo de Relacionamiento Comunitario, y Plan Visión Medioambiental 2020. Sus avances se reportan anualmente a través del Informe de Sustentabilidad CCU.

03

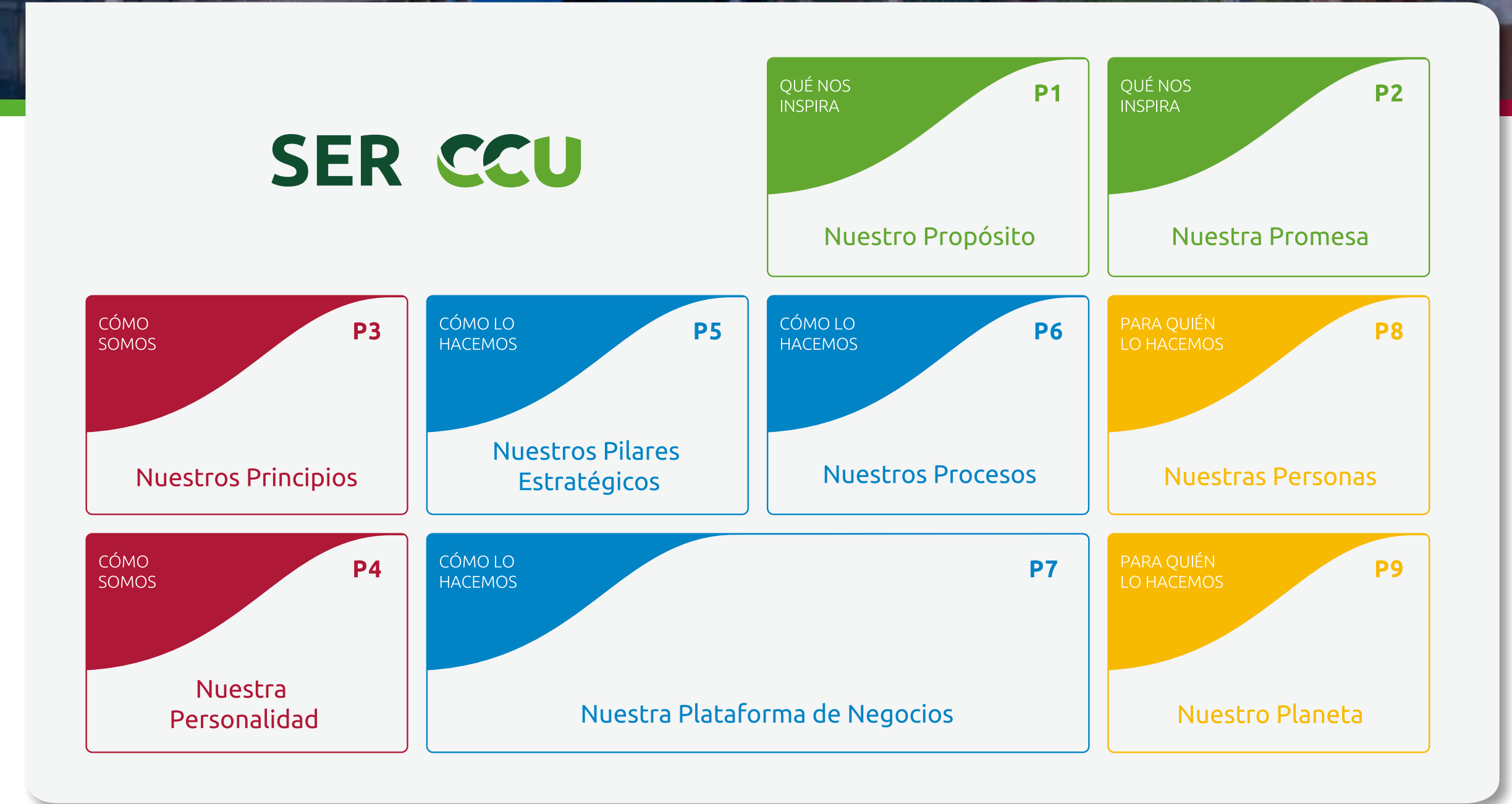
Perfil de la Compañía



Indicador GRI: 102-1

La Compañía de Cervecerías Unidas (en adelante, CCU) es una empresa de gran tradición y quienes trabajamos en ella estamos muy orgullosos de lo que hacemos. Desde nuestro origen, y durante más de un siglo, hemos sabido crear y entregar experiencias de valor a las personas con las cuales nos relacionamos, adaptándonos a los cambios del entorno, creciendo rentablemente y siendo parte importante de la sociedad a la que pertenecemos.

Para definir **Quiénes Somos**, es preciso entender que en CCU nos mueve un **Propósito** que busca trascender a los legítimos intereses de quienes trabajamos aquí:



Indicador GRI 103-2

Nuestro Propósito se manifiesta cada vez que nos relacionamos con una persona y esta vive una experiencia con nosotros. Nuestra labor es procurar que esta experiencia sea siempre un aporte para un mejor vivir. Sea esta persona un consumidor, un cliente, un proveedor o un compañero de trabajo, en la medida que contribuyamos a crear buenas y valiosas experiencias, estaremos como empresa, colaborando en generar las condiciones para compartir juntos un mejor vivir. Entendemos que no basta con hacer bien las cosas en cada momento, sino que es necesario que se hagan con una mirada sustentable y de largo plazo, que tenga como norte la construcción de un mejor vivir para todos.


Nuestro Propósito

“Nos apasiona crear experiencias para compartir juntos un mejor vivir”


Nuestra Promesa

Nuestra Promesa es la declaración de lo que somos y lo que hacemos, desde lo tangible, representado en nuestras marcas, operaciones y acciones, hasta lo intangible, representado por nuestros principios, actitudes y motivaciones.

Con una amplia gama de marcas de bebestibles y experiencias, mejoramos y acompañamos distintos momentos de la vida, guiados por nuestros principios, en beneficio de las personas con las cuales nos relacionamos, y el cuidado del medioambiente.


Nuestros Principios
Indicador GRI 102-16

El desarrollo de nuestro negocio está guiado por principios basados en convicciones sólidas y profundas. Estas son el reflejo de la forma en que trabajamos y deben ser el prisma con el que hacemos nuestro trabajo y tomamos nuestras decisiones.


Excelencia

Somos apasionados por la calidad y el trabajo bien hecho.


Entrega

Procuramos el bien de los demás y de nuestro entorno, en armonía con nuestros legítimos intereses.


Integridad

Cumplimos las normas que nos regulan, siempre inspirados en actuar correctamente.


Empoderamiento

Nos mueve una actitud emprendedora, innovadora y proactiva.


Nuestra Personalidad
Nuestra Personalidad

La actitud y disposición con la que hacemos nuestro trabajo es el sello distintivo de las personas CCU, por el cual queremos ser reconocidos, y nos gusta que se manifieste de manera evidente en la forma en que nos relacionamos con los demás


Orgullo

Sentimos legítimo orgullo de lo que somos y de nuestra historia.


Empatía

Nos relacionamos y colaboramos con nuestras personas desde el afecto y la confianza.


Superación

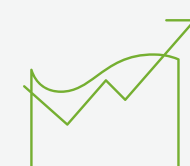
Nos gusta plantearnos objetivos ambiciosos, superarlos y adaptarnos al mercado.


Pasión

Somos entusiastas y nos gusta transmitirlo.


Nuestros Pilares Estratégicos
Nuestros Pilares Estratégicos

El desarrollo de nuestra actividad se estructura en torno a tres lineamientos que dan forma a nuestra estrategia y que debemos mantenerlos balanceados permanentemente.


Rentabilidad

Maximizar el valor económico de los negocios que operamos. Esto se logra al optimizar el retorno final sobre la inversión, lo que es consecuencia de mejores márgenes y el uso eficiente de los recursos.


Crecimiento

Incrementar el tamaño y el alcance de nuestra operación. Esto se logra mediante una mayor participación de mercado, atendiendo nuevas necesidades, nuevos canales, nuevas ocasiones de consumo y entrando a nuevas regiones, negocios y categorías.


Sustentabilidad

Asegurar el valor de la compañía a largo plazo. Esto se logra teniendo en consideración el bienestar actual y futuro de todas las personas con las que interactuamos, el desarrollo de nuestras marcas y el cuidado del medioambiente.

Cabe señalar que, a lo largo de este informe, relataremos cómo estamos plasmando cada una de estas declaraciones, compromisos y objetivos, según la estructura de estos tres pilares estratégicos (Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad), con la convicción de

que se trata de una ruta desafiante, donde siempre hay espacios para mejorar y seguir avanzando de manera conjunta con todos nuestros grupos de interés.

CÓMO LO HACEMOS **P7**
 Nuestra Plataforma de Negocios

Nuestra Plataforma de Negocios

Nuestro negocio se sustenta en operar, con foco y sinergia, una multicategoría de marcas de bebestibles de valor, con una promoción consciente, tanto a nivel regional como de exportación.

Portafolio de Marcas

Indicadores GRI: 102-2, 102-7

Categorías / Productos	Marcas	
Cervezas	23 marcas	
	<ul style="list-style-type: none"> Cervezas nacionales: Cristal, Cristal Cero 0°, Cristal Cero 0° Radler, Cristal Light, Escudo, Escudo Silver, Royal Guard, Morenita, Dorada, Stones, Andes, Imperial. Internacionales: Heineken, Sol y Tecate. 	<ul style="list-style-type: none"> Importadas: Coors, Coors Light. Artesanales: Austral, Kunsmann, D'olbek, Blue Moon, Guayacán, Szot.
Gaseosas, Jugos y Néctares	21 marcas	
	<ul style="list-style-type: none"> Franquicia Pepsi: Pepsi, Seven Up, Ocean Spray, Mirinda. Licencia Schweppes: Canada Dry Ginger Ale, Canada Dry Agua Tónica, Canada Dry Limón Soda, Crush. 	<ul style="list-style-type: none"> Marcas Propias: Bilz y Pap, Kem, Kem Xtreme, Pop Candy, Nobis. Alianza Watt's: Watt's, Watt's Néctar Selección, Frugo. Bebidas instantáneas frías: Vivo, Sprim, Caricia, Fructus.
Aguas minerales, purificadas y saborizadas	6 marcas	
	<ul style="list-style-type: none"> Minerales: Cachantún, Porvenir, Perrier Purificadas: Nestlé Pure Life. 	<ul style="list-style-type: none"> Saborizadas: Más y Más Woman.
Bebidas funcionales	5 marcas	
	<ul style="list-style-type: none"> Franquicia Pepsi: Gatorade, Lipton Ice Tea, G Series. 	<ul style="list-style-type: none"> Bebidas Energéticas: Adrenaline Red y Redbull.



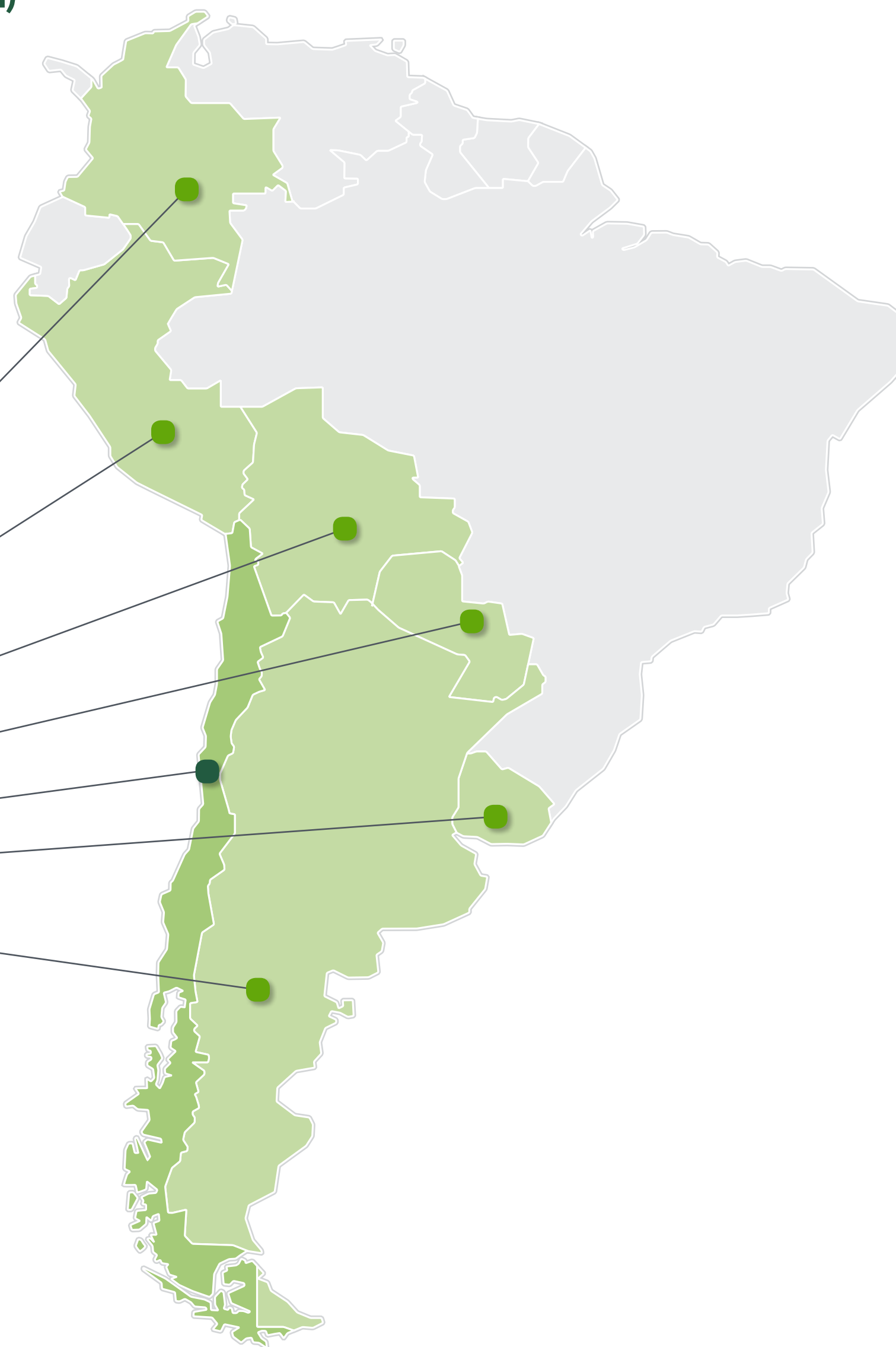
Categorías / Productos	Marcas	
HOD Manantial	1 marca	
	Aguas CCU – Nestlé S.A. participa con Manantial S.A. del negocio Home and Office Delivery (HOD) en la distribución de Agua Purificada, en formatos de botellones de 12 y 20 litros para los segmentos de Hogar y Empresas.	
Vinos y Espumantes	28 marcas	
	<ul style="list-style-type: none"> VINOS Gato, Santa Helena, San Pedro Exportación, Etiqueta Dorada, Cosecha. Misiones de Rengo, León de Tarapacá, Epica, Gran Tarapacá, Santa Helena, Urmeneta, Viñamar, 35 Sur, Las Encinas, Casa Rivas. Ultra Premium: Castillo de Molina, Gran Reserva Tarapacá, 1865, Leyda, La Celia. 	<ul style="list-style-type: none"> Imagen: Altair, Cabo de Hornos, Sideral. Cooler : Manquehuito. ESPUMANTES Viñamar, Misiones de Rengo, Leyda, Santa Helena.
Licores	15 marcas	
	<ul style="list-style-type: none"> Pisco: Mistral, Horcón Quemado, Control C, Tres Erres, Campanario, La Serena y Espíritu de Los Andes. Cócteles: Campanario Cóctel y Ruta Cocktail. 	<ul style="list-style-type: none"> Ice: Mistral Ice, Sierra Morena Mojito Ice y Iceberg. Ron: Sierra Morena y Cabo Viejo. Licores: Fehrenberg.

Escala Regional (ventas, producción y distribución)

Indicadores GRI: 102-4, 102-6.

Nuestro negocio es de escala regional y desarrollamos operaciones que nos permiten construir y acrecentar nuestro tamaño. Como consecuencia, operamos con mayor eficiencia nuestras áreas de ventas, producción y distribución.

Colombia
Perú
Bolivia
Paraguay
Chile
Uruguay
Argentina



Categorías de exportación

Contamos con marcas en diversas categorías, que presentan un especial atractivo en el mercado regional y global, el cual promovemos activamente.

Multicategoría en Bebestibles

Con especial foco en cervezas y bebidas sin alcohol, la multicategoría define nuestra relación con el cliente y el consumidor en todos los mercados en los que operamos. Completan la multicategoría el vino, la sidra y los licores

Marcas de valor (propias, socios, licencias)

Ponemos permanente foco y recursos en construir marcas de valor en la mente y corazón de nuestros consumidores. Esto lo hacemos tanto desde las marcas propias de CCU, como desde aquellas que operamos junto a nuestros socios estratégicos.

Foco y Sinergia

Trabajamos orientados en crear sinergias por la vía de integrar nuestras operaciones, pero preservando siempre el foco del negocio en cada una de nuestras categorías.

Consumo consciente

Nos hacemos cargo del producto que producimos y distribuimos al mercado desde las perspectivas del consumo responsable y el cuidado del medioambiente. De esta forma, buscamos generar bienestar social en toda la cadena de valor de cada uno de nuestros productos.

Reflejo de este compromiso es nuestra Política de Alcohol, que establece la visión de la Compañía respecto de los productos con alcohol y su consumo responsable, además de guiar el actuar de CCU y sus trabajadores en este ámbito.

En CCU somos una compañía líder y diversificada del rubro bebestibles:



El mayor cervecero chileno, el segundo mayor productor de bebidas gaseosas y el mayor productor de aguas, néctares y pisco en Chile.



También somos el segundo mayor exportador de vinos chilenos.



A nivel internacional, somos el segundo cervecero en Argentina, y participamos en la industria de cerveza, aguas y bebidas en Uruguay, Paraguay y Bolivia, y en la industria de cerveza en Colombia.

También participamos del negocio del pisco en Perú.

CÓMO LO
HACEMOS

P6

Nuestros Procesos

Nuestros Procesos

Un elemento distintivo de Ser CCU es que también operamos las funciones directivas de la compañía en forma de procesos. La organización de CCU, desde sus procesos, mantiene el equilibrio necesario entre una organización formal y una organización informal. Es decir, mientras la primera permite tener claridad de que lo que hacemos garantiza una gestión ordenada, estructurada y replicable, la segunda incorpora la necesaria espontaneidad que surge de los liderazgos y las relaciones interpersonales dentro de la compañía.

Una organización fuerte promueve la excelencia y pasión por la calidad de una organización formal muy desarrollada, así como el empoderamiento personal, propio de una organización informal muy sana. Ninguna prima por sobre la otra, ambas se complementan de manera armónica y virtuosa.

Estructura Operativa, Filiales y Socios Estratégicos

Indicadores GRI: 102-1, 102-3, 102-5, 102-6, 102-10.

Compañía Cervecerías Unidas S.A (CCU) es una sociedad anónima abierta, cuyas acciones se transan en los mercados bursátiles de Chile y en la Bolsa de Valores de Nueva York. Sus principales accionistas son Quiñenco S.A., holding de la familia Luksic, y Heineken Chile Ltda., quienes, a través de Inversiones y Rentas S. A., poseen el 60% de la propiedad de la Compañía. El resto de las acciones están divididas entre ADR's (14,7%) y otros accionistas minoritarios (25,3%).

La actual estructura operativa de CCU considera las siguientes Unidades de Negocio, Filiales y alianzas estratégicas: CCU S.A., CCU Chile, Viña San Pedro Tarapacá (VSTP), Compañía Pisquera de Chile (CPCh), Compañía Cervecera Kunstmann y Manantial.

CCU.S.A. corresponde a las operaciones de la Casa Matriz de la Compañía (Corporativo CCU), ubicada en Av. Vitacura 2670, Las Condes, Santiago de Chile.

Por su parte, CCU Chile considera a las ex Unidades Estratégicas de Servicios: Comercial CCU S.A, Transportes CCU Ltda. (TCCU); Fábrica de Envases Plásticos S.A (PLASCO) y CRECCU S.A. Asimismo, CCU Chile presta servicios de venta y distribución a VSPT, CPCh y Cervecería Kunstmann.

Filiales: en Chile, las principales filiales son Cervecera CCU Chile Ltda., Comercial CCU S.A., CRECCU S.A., Embotelladoras Chilenas Unidas S.A., Fabrica de Envases Plásticos S.A., Transportes CCU Ltda., Viña San Pedro de Tarapacá (VSPT Wine Group), Compañía Pisquera de Chile, (CPCh), Compañía Cervecera Kunstmann S.A. (CCK) y Aguas CCU – Nestlé Chile S.A. (Aguas CCU), Manantial S.A.

En Argentina participa por medio de la filial Compañía Cervecerías Unidas Argentina (CCU Argentina) y Compañía Industrial Cervecera S.A.; en Uruguay, por medio de las filiales Miltotur S.A., Marzuel S.A., Coralina S.A. y Andrimar S.A., y en Paraguay participa por medio de la filial Bebidas del Paraguay S.A. y Distribuidora del Paraguay S.A. Socios Estratégicos: los principales socios estratégicos a nivel internacional son el grupo Monasterio, en Bolivia, donde CCU adquirió el 34% de Bebidas Bolivianas BBO S.A. ("BBO"), y en Colombia se tiene un acuerdo a través de una sociedad por acciones, denominada Central Cervecera de Colombia S.A.S. ("CCC"), con la sociedad colombiana Postobón S.A.



Cabe señalar que, durante 2017, la sociedad Foods Compañía de Alimentos CCU S.A., coligada de Compañía Cervecerías Unidas S.A., suscribió con Ideal S.A., filial de Grupo Bimbo, un contrato de compraventa para la enajenación de la totalidad de las acciones de la sociedad Alimentos Nutra Bien S.A. Asimismo, CCU puso término anticipado al contrato de licencia en Argentina de la marca "Budweiser", celebrado entre CCU-A y Anheuser-Busch, Incorporated (hoy Anheuser-Busch LLC, una subsidiaria de ABI).

En este mismo período, CCU adquirió el 40% de Americas Distilling Investments LLC ("ADI", sociedad constituida en los Estados

Unidos de América), compañía enfocada en la promoción de pisco, propietaria de la marca BarSol y de activos productivos en Perú.

En agosto 2017, CCU adquirió el 50% de las acciones de una sociedad constituida en Colombia denominada Zona Franca Central Cervecera S.A.S. ("ZF CC"), en la cual CCU y Postobón participan como únicos accionistas en partes iguales.

Para Quién lo Hacemos

Hemos hablado acerca de Quiénes Somos, Cómo Somos y Cómo lo Hacemos. Ahora nos detendremos en cuál es el objetivo final de todos nuestros esfuerzos, es decir, aquello que le da sentido a nuestro Propósito en la actividad que llevamos a cabo.

Como señalamos al inicio de este capítulo, Ser CCU conlleva ser conscientes del impacto que generamos en quienes se relacionan

con nosotros a través de las experiencias conjuntas. Y esto se traduce en un desafío no menor, estimulante y necesario: poner el bien de las **Personas** y el de nuestro **Planeta** como eje central de nuestras decisiones.

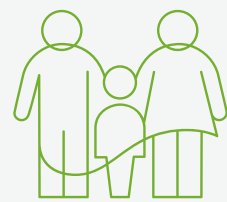
Ahora detallaremos quiénes son nuestros grupos de interés clave y cómo visualizamos este importante vínculo para co-construir valor compartido. Estas declaraciones configuran nuestra Política de Relacionamiento con Stakeholders.



Nuestras Personas

Indicadores GRI: 102-40, 102-42.

Vivimos en un mundo plenamente integrado, en donde la acción de cada uno impacta directa e individualmente a todas las personas con las que nos relacionamos. En CCU nos inspira esa interacción, por lo que buscamos constantemente el mejor vivir de cada una de esas personas y lo hacemos a través de compromisos y acciones concretas que realizamos cada día.



Consumidores

Acompañamos sus momentos responsablemente.



Clientes

Entregamos satisfacción, calidad de servicio y máxima ejecución.



Trabajadores

Promovemos acciones para su seguridad, desarrollo y crecimiento.



Proveedores

Impulsamos relaciones colaborativas.



Comunidades

Contribuimos a su desarrollo construyendo confianza y valor mutuo.



Accionistas

Generamos valor sustentable.



Sociedad

Impactamos positivamente en ella y el medioambiente.



Nuestro Planeta

Indicador GRI: 102-11.

En CCU nos inspira liderar iniciativas en materia medioambiental en toda nuestra cadena de valor.

Este es un compromiso de todos quienes trabajamos en CCU e implica ser capaces de compatibilizar los criterios económicos y medioambientales en todos nuestros proyectos y procesos, ampliando nuestros estándares, orientados hacia el compartir juntos un mejor vivir.

Nuestro compromiso con el planeta toma la forma de una Visión Medioambiental de mediano plazo, la que se renueva cada década.

Adoptando la dirección de una economía circular en el uso de los recursos, las áreas de compromiso de dicha visión son:



CCU en Cifras

Indicador GRI: 102-7



Ventas Netas:

1.698.361

MM\$



Patrimonio:

1.226.829

MM\$



Pasivos Totales:

749.400

MM\$



Activos Totales:

1.976.229

MM\$



EBITDA:

327.094

MM\$



Dotación Propia:

6.460

Trabajadores



Programa Educar en Familia:

77

Talleres realizados



Programa Educar en Familia:

13.376

Asistentes



Inversión Comunitaria
y Aportes Sociales:

1.396

MM\$



Clientes:

55.870

de Manantial



Puntos de Venta Vinos:

30.559

Vino doméstico



Hectolitros Vendidos:

26

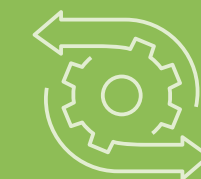
millones



Puntos de Venta Chile:

124.235

(excluye Manantial)



20

Plantas de Producción

25

Centros de Distribución

2

Centros de Tránsito



Hitos y Reconocimientos



- **Mejores Prácticas Medioambientales**, distinción otorgada por Pacto Global Chile (ONU).



- **Empresas con Mejor Reputación Corporativa**, reconocimiento de Merco.



- **Mejor Operación Financiera**, premio entregado por Diario Financiero.



- **Departamento Legal del Año**, reconocimiento de Fundación ProBono.



- **Premio Categoría Film Plata a Cristal**, en el Festival ACHAP 2017.



- **Marcas más valoradas por los chilenos**, distinción a Cachantún y Watt's, entregada por Chile 3D y GFK Adimark.



- **Medalla Gran Oro a Pisco Mistral Gran Nobel**, en el Concurso Mundial Spirits Selection.



- **Segundo Lugar en los premios Green Awards 2017**, Categoría Manejo del Agua, a VSPT Wine Group.



- **PepsiCo premia a CCU por mejor innovación 2017** con el lanzamiento de Pepsi Zero en Chile



- **Effie de Plata por la campaña de Pepsi Zero**, Effie Awards Chile 2017.



- **El Mejor Vino del Valle de Leyda a VSPT Wine Group**, en la publicación especializada "Descorchados 2018".



- **Reconocimiento a la Reputación Corporativa**, estudio Reprack 2017.



- **Mejor Empresa para Trabajar**, distinción otorgada por First Job.



- **Premio a la mejor Innovación Ambiental**, entregado por la Cámara Chileno-Británica de Comercio.



- **Mejor Proveedor 2017**, categoría Alimentos, reconocimiento por parte de Walmart Chile.

Membresías y Adhesiones

Indicadores GRI: 102-12, 102-13.



Asociación, agrupación o iniciativa	Descripción	Participación CCU
AB Chile	Asociación que representa a la industria de alimentos y bebestibles no alcohólicos del país.	CCU participa a través de ECCUSA en el Directorio.
ACCIÓN Empresas	Organización sin fines de lucro que agrupa a empresas socias y entidades colaboradoras comprometidas con la Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sostenible.	CCU participa como empresa socia por medio de CCU S.A.
Asociación Chilena de Empresas de Bebidas Espirituosas Pro Consumo Responsable (APROCOR)	Institución conformada por los principales representantes, importadores y productores de bebidas alcohólicas que operan en Chile.	CCU participa en su Directorio, a través de Compañía Pisquera de Chile (CPCh).
Asociación de Industriales Área Norte A.G. (AsiaNor)	Asociación gremial, sin fines de lucro, compuesta por industriales del Área Norte de la Región Metropolitana.	La Compañía está representada por las filiales ECCUSA y Cervecería CCU Chile.
Asociación de Productores de Cerveza de Chile (ACECHI)	Gremio que reúne y representa a las principales empresas de la industria cervecera nacional.	CCU es socio fundador y participa en el Directorio a través de CCU S.A. y la filial Cervecería CCU.
Asociación Gremial de Industrias Proveedoras (AGIP)	Asociación gremial de los rubros de alimentos, artículos de limpieza, hogar, bebidas, cervezas y licores, higiene y belleza personal.	VSPT Wine Group es una empresa asociada.
Asociación Nacional de Avisadores (ANDA)	Asociación gremial compuesta por las empresas del país que realizan inversión publicitaria.	La Compañía está representada por las filiales ECCUSA y Cervecería CCU Chile.
Cámara de Comercio Santiago	Asociación gremial sin fines de lucro que reúne a empresas grandes, pequeñas y medianas, representativas de los más relevantes sectores económicos del país.	VSPT Wine Group es una empresa asociada.
Cerveceros Latinoamericanos	Asociación sin fines de lucro que reúne a productores de cerveza de América Latina.	CCU participa en sus distintos comités y encuentros.
Círculo de Empresas Panamericana Norte A.G. (CIRPAN)	Asociación gremial compuesta por empresas de la Zona Norte de la Región Metropolitana, quienes trabajan en conjunto con los municipios, empresas y comunidad para el desarrollo de la zona.	La Compañía está representada por las filiales ECCUSA y Cervecería CCU Chile.
Corporación para el Desarrollo Productivo de la Araucanía (CorpAraucanía)	Entidad de derecho privado, sin fines de lucro, integrada por los principales gremios empresariales, universidades, sindicatos de trabajadores, empresas privadas, e instituciones públicas relacionadas con la actividad productiva y el fomento de los negocios e inversiones en la Región de La Araucanía.	CCU es empresa socia por medio de Cervecería CCU.
Generación Empresarial	Entidad sin fines de lucro, abocada a promover y potenciar la ética en el mundo del trabajo.	CCU es empresa asociada.
Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (ICARE)	Corporación privada sin fines de lucro e independiente de intereses gremiales y políticos, con el propósito de promover la excelencia empresarial en el país.	VSPT Wine Group es una 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.	CCU adhiere voluntariamente, con el compromiso de integrar y promover sus 10 Principios y 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
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 sus directorios.
Universidad de California, Davis (UC Davis Chile)	Casa de estudios pública de Estados Unidos que dirige en Chile el Centro de Innovación en Ciencias de la Vida, con foco en los requerimientos del sector agroalimentario del país.	VSPT Wine Group es socio empresarial.
Vinos de Chile A.G.	Organización gremial sin fines de lucro y de carácter privado que representa a los productores vitivinícolas de Chile.	Viña San Pedro Tarapacá es una empresa asociada y forma parte de los comités de la organización.
Wines of Chile (WoC)	Entidad gremial sin fines de lucro y de carácter privado que representa a los productores vitivinícolas de Chile.	VSPT Wine Group es una empresa asociada.

Grupos de Interés

Indicadores GRI: 102-40, 102-42

Nuestro Mapa de Grupos de Interés no sólo está compuesto por aquellos públicos que directa o indirectamente pueden tener legítimos intereses en la Compañía o la capacidad para influir en sus resultados, como nuestros consumidores, clientes, trabajadores, proveedores, accionistas y socios comerciales. También están los actores sociales, comunidades y personas que pertenecen a las áreas de influencia de nuestras operaciones, y sus representantes; autoridades de Gobierno a nivel nacional o local; reguladores, líderes de opinión, pares de la industria, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y círculos académicos.

Sobre la base de esta identificación que hemos realizado de todos nuestros grupos de interés, y las iniciativas de diagnóstico, consulta y participación, estamos al tanto de sus expectativas, anhelos y preocupaciones.

Con todos ellos mantenemos canales de comunicación abiertos y permanentes. Además, quisiéramos destacar que contamos con un Relacionador Comunitario en cada una de nuestras operaciones, para canalizar directamente las inquietudes de nuestros vecinos.

La siguiente tabla detalla las principales vías de diálogo con nuestros grupos de interés.

Canales de Comunicación con Grupos de Interés

Grupos de interés	Canal de Comunicación	Frecuencia
Consumidores	Estudio de Tendencia de Consumidores	Trimestral
	Servicio de Atención al Consumidor (SAC)	Periódico
	Estudios de Satisfacción de Consumidores	Anual
	Informe de Sustentabilidad	Anual
	Página web	Periódico
	Redes sociales	Periódico
Cientes	Estudios de Satisfacción y Lealtad de Clientes	Anual
	Contacto directo con fuerza de venta	Periódico
	Servicio de Atención al Cliente (SAC)	Periódico
	Programa CRECCU	Periódico
	Revista EnCCUentro	Trimestral
	Portal web de Clientes Créditos	Periódico
	Informe de Sustentabilidad	Anual
	Página web	Periódico
	Redes sociales	Periódico
Trabajadores	Intranet	Periódico
	Web App CCU	Periódico
	Pantallas informativas	Periódico
	Boletín CCU Al Día (online e impreso)	Quincenal
	Diarios murales	Quincenal
	Mailings/Newsletter	Quincenal
	Sistema de denuncia	Periódico
	Presentación de Plan Estratégico	Anual
	Buzón de sugerencias	Periódico
	Encuesta clima organizacional	Anual
	Evaluación de desempeño	Anual
	Evaluación ascendente	Anual
	Evaluación de cultura	Trienal
	Informe de Sustentabilidad	Anual
	Página web	Periódico
Redes sociales	Periódico	
Reuniones con sindicatos	Periódico	

Grupos de interés	Canal de Comunicación	Frecuencia	
Proveedores	Portal web de Proveedores CCU	Anual y según contingencias	
	Auditorías y evaluaciones	Periódico	
	Reuniones técnicas de planificación	Periódico	
	Guía de Buenas Prácticas	Periódico	
	Sistema de denuncias	Periódico	
	Informe de Sustentabilidad	Anual	
	Página web	Periódico	
	Redes sociales	Periódico	
	Comunidades locales	Reuniones y mesas de trabajo	Periódico y según contingencias
Programas específicos por área de influencia		Periódico	
Modelo de Relacionamiento Comunitario		Periódico	
Página web		Periódico	
Encuentro Anual de Relacionadores Comunitarios		Anual	
Informe de Sustentabilidad		Anual	
Redes sociales		Periódico	
Accionistas		Portal web Relación con Inversionistas	Periódico
		Conferencias telefónicas con Gerente General	Trimestral
	Conferencias y road shows	Periódico	
	Juntas Ordinarias de Accionistas	Anual	
	Memoria Anual	Anual	
	Formulario 20F	Anual	
	Press release de Resultados Financieros	Trimestral	
	Informe de Sustentabilidad	Anual	
	Página web	Periódico	
	Redes sociales	Periódico	
Sociedad en general (autoridades, asociaciones gremiales, líderes de opinión, prensa, entre otros)	Redes sociales	Periódico	
	Canal de denuncias	Periódico	
	Página web	Periódico	
	Congresos	Ocasional	
	Seminarios	Ocasional	
	Mesas de trabajo	Ocasional	
	Reuniones pactadas bajo Ley de Lobby	Periódico y según contingencia	
	Comunicados de prensa	Periódico	
	Informe de Sustentabilidad	Anual	

04

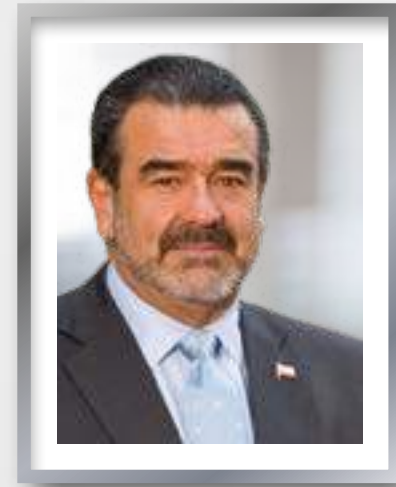
Gobernanza, Ética
y **Transparencia****Gobierno Corporativo**

Indicadores GRI: 102-18, 102-19, 102-20, 102-22, 102-23, 102-24, 102-26, 102-27, 102-28, 102-33, 405-1

El máximo órgano de gobierno de la Compañía es su Directorio, que tiene por misión lograr la consecución del objeto social de CCU, maximizando el rendimiento de sus inversiones, en concordancia con los objetivos estratégicos y visión de negocios de CCU, considerando siempre los intereses de todos sus stakeholders. Así, en nuestro Directorio, instancia a la cual reporta el Gerente General, se adoptan las principales decisiones estratégicas y de administración de la Compañía.

De acuerdo con los estatutos de CCU, el Directorio de la Sociedad se compone de nueve miembros, elegidos por la Junta de Accionistas, quienes permanecen tres años en sus funciones, pudiendo ser reelectos indefinidamente. Actualmente, el Directorio está integrado por los siguientes directores:

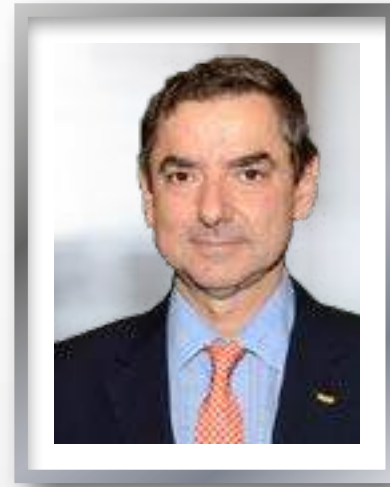
Directorio CCU



Andrónico Luksic
PRESIDENTE
6.062.786-K



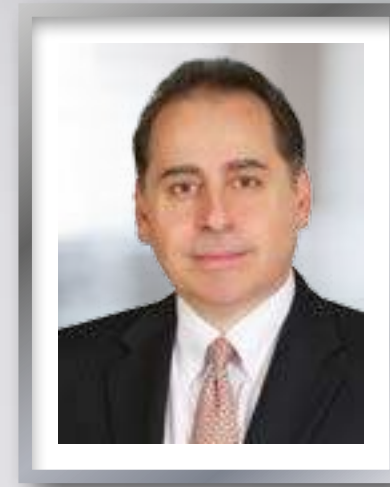
Marc Busain
VICEPRESIDENTE
48.193.672-1



Pablo Granifo
DIRECTOR
6.972.382-9



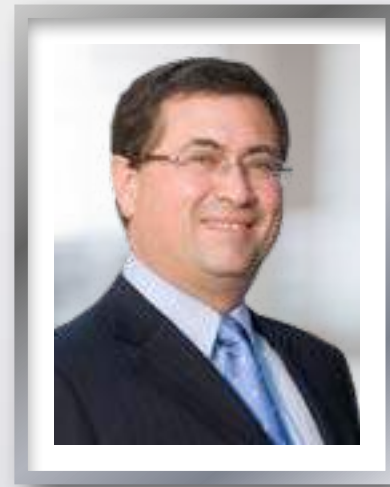
Rodrigo Hinzpeter
DIRECTOR
7.016.591-0



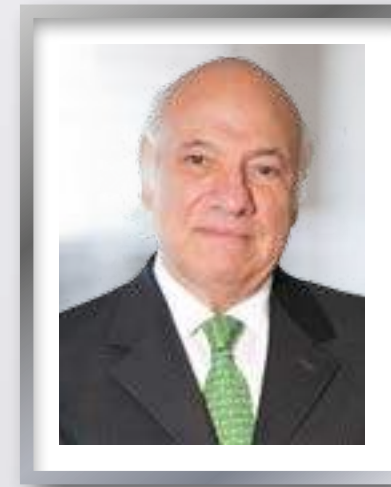
Carlos Molina
DIRECTOR
48.159.144-9



Didier Debrosse
DIRECTOR
48.186.272-8



Francisco Pérez
DIRECTOR
6.525.286-4



Vittorio Corbo
DIRECTOR
4.965.604-1



José Miguel Barros
DIRECTOR
9.910.295-0

Directores	Cargo	Profesión	Antigüedad en el cargo
Andrónico Luksic	Presidente	Director de Empresas	4 años (Presidente) 31 años (Director)
Marc Busain	Vicepresidente	Administrador de Empresas	1 año (Vicepresidente y Director)
Vittorio Corbo	Director Independiente	Ingeniero Comercial	5 años
Pablo Granifo	Director	Ingeniero Comercial	4 años
Rodrigo Hinzpeter	Director	Abogado	2 años
Didier Debrosse	Director	Administrador de Empresas	2 años
Carlos Molina	Director	Licenciado en Administración de Empresas	5 años
Francisco Pérez	Director	Ingeniero Comercial	19 años
José Miguel Barros	Director	Ingeniero Comercial	1 año

En cuanto a la conformación por rango etario, un 89% de los integrantes de nuestro Directorio es mayor de 50 años, mientras que el 11% está entre los 30 y 50 años.

El Presidente del Directorio no ocupa un cargo ejecutivo en la Compañía y todos los directores cuentan con experiencia en el sector industrial y en materia de gestión de riesgos. En 2017, hubo un 72,2% de promedio de asistencia a las sesiones.

Proceso de selección y atribuciones del Directorio

1.- Proceso de Selección: De conformidad con la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas (la "Ley de S.A."), los directores son elegidos por la Junta de Accionistas, debiendo dichos directores cumplir con los requisitos legales establecidos para tales efectos.

Adicionalmente, conforme a lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley de S.A., las sociedades anónimas abiertas deben designar al menos un director independiente, de acuerdo al criterio establecido en dicha normativa, cuando tengan un patrimonio bursátil igual o superior al equivalente a 1.500.000 Unidades de Fomento y a lo menos un 12,5% de sus acciones emitidas con derecho a voto se encuentren en poder de accionistas que individualmente controlen o posean menos del 10% de tales acciones. Para poder ser electo director independiente, los candidatos deberán ser propuestos por accionistas que representen el 1% o más de las acciones de la Sociedad, con a lo menos diez días de anticipación a la fecha prevista para la Junta de Accionistas llamada a efectuar la elección de directores.

En virtud de lo anterior, en la Junta Ordinaria de Accionistas de CCU celebrada con fecha 13 de abril de 2016, fue electo director independiente el señor Vittorio Corbo.

Adicionalmente, la Sociedad, en su calidad de emisor de ADRs transados actualmente en el New York Stock Exchange ("NYSE"), se encuentra sujeta, en lo que fuere aplicable, al Securities Exchange Act de 1934, Sarbanes-Oxley Act de 2002 ("Ley Sarbanes Oxley") y a la normativa dictada al efecto por la Securities and Exchange Commission ("SEC") y el NYSE, debiendo contar con un Comité de

Auditoría integrado por al menos dos directores independientes, según el criterio establecido en dichas disposiciones.

Los directores Vittorio Corbo y Carlos Molina cumplen con tal criterio de independencia.

2.- Atribuciones del Directorio: El Directorio de la Sociedad la representa judicial y extrajudicialmente y, para el cumplimiento del objeto social, está investido de todas las facultades de administración y disposición que la ley o el estatuto no establezcan como privativas de la Junta de Accionistas, sin que sea necesario otorgarle poder especial alguno, inclusive para aquellos actos o contratos respecto de los cuales las leyes exijan esta circunstancia. Lo anterior no obsta a la representación que compete al Gerente General de conformidad con la Ley de S.A.

Entre las atribuciones del Directorio se encuentra definir la estructura administrativa de la Sociedad y designar al Gerente General, quien -en conjunto con la alta gerencia- es responsable de dar cumplimiento al Plan Estratégico y dirigir la Sociedad bajo los lineamientos aprobados por dicho órgano.

Comité de Directores

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 50 bis de la Ley de S.A., existe un Comité de Directores integrado por tres miembros, uno de ellos independiente.

Conforme a la referida Ley de S.A., las principales funciones de dicho Comité son las siguientes:

- 1) Examinar los informes de la empresa de auditoría externa, el balance y demás estados financieros presentados por los administradores o liquidadores de la Sociedad a los accionistas, y pronunciarse respecto de éstos en forma previa a su presentación a los accionistas para su aprobación;
- 2) Proponer al Directorio nombres para los auditores externos y clasificadores privados de riesgo, en su caso, que serán sugeridos a la Junta de Accionistas respectiva;

- 3) Examinar los antecedentes relativos a las operaciones con partes relacionadas a que se refiere el Título XVI de la Ley de S.A. y evacuar un informe respecto a esas operaciones;
- 4) Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y trabajadores de la Sociedad; y
- 5) Preparar un informe anual de su gestión, en que se incluyan sus principales recomendaciones a los accionistas.

Actualmente, y de conformidad a lo establecido en el artículo 50 bis de la Ley de S.A., el Comité de Directores se encuentra integrado por el director independiente señor Vittorio Corbo y los directores Francisco Pérez y Carlos Molina.

Comité de Auditoría

A su vez, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Sarbanes-Oxley y normativa de la SEC y el NYSE, existe un Comité de Auditoría integrado por los directores Vittorio Corbo y Carlos Molina, ambos independientes de acuerdo con el criterio establecido en la referida normativa, participando además en calidad de observadores los directores Francisco Pérez y José Miguel Barros. Las funciones del Comité de Auditoría dicen especial relación con la supervisión de los procesos de informes financieros y contables de la Sociedad y de las auditorías de los Estados Financieros.

El Comité de Directores y el Comité de Auditoría, en su agenda y programa anual de actividades, contemplan reuniones con los auditores externos en relación con los resultados del programa anual de auditoría.

De las materias tratadas en las reuniones de los referidos Comités, así como de los acuerdos y propuestas, se da cuenta en la sesión del Directorio más próxima, quien adopta las resoluciones pertinentes.

Evaluación y Capacitación del Directorio

1.- Evaluación del Directorio: La Sociedad cuenta con el Código de Conducta del Directorio, cuyo objetivo principal es establecer los principios básicos destinados a guiar el actuar de los directores en el ejercicio de sus funciones, como asimismo algunos procedimientos, políticas y buenas prácticas de gobierno corporativo de la Sociedad. Dicho Código contiene un capítulo especial referente a conflictos de interés.

Lo señalado en dicho capítulo no obsta el cumplimiento cabal que deben dar los directores a las obligaciones establecidas en la Ley de S.A. y su Reglamento, así como en la Ley N°18.045 sobre Mercado de Valores y demás normativa emitida por las autoridades competentes a este respecto.

La autoevaluación del Directorio respecto a las mejores prácticas de gobierno corporativo es determinada por el mismo órgano de acuerdo con las necesidades que surjan.

2.- Capacitación del Directorio: Las materias respecto de las cuales se efectúen capacitaciones a los integrantes del Directorio se determinarán por el mismo, de acuerdo con las necesidades que surjan.

Sin perjuicio de lo anterior, el Directorio puede contratar asesores especialistas en temas económicos, ambientales y sociales, lo que se analiza caso a caso de acuerdo con la materia, negocio, contingencia u otro, Lo anterior permite mayor flexibilidad y dinamismo.

Adicionalmente, el Comité de Directores y el Comité de Auditoría cuentan con presupuestos para la contratación de asesores, el que es determinado anualmente por la Junta Ordinaria de Accionistas. La contratación respectiva se aprueba por el quórum estatutario que corresponda.

Alta Administración

El Directorio designa a los ejecutivos principales, informados a la Comisión para el Mercado Financiero de conformidad a la Ley N° 18.045 sobre Mercado de Valores. Entre los referidos ejecutivos, algunos tienen responsabilidades específicas en materias económicas, ambientales y/o sociales (Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, Contralor General (entre otras funciones clave) y Gerente de Asuntos Corporativos, respectivamente.

Principales Ejecutivos de CCU

Nombre	Cargo	Antigüedad en el cargo
Patricio Jottar	Gerente General CCU S.A.	19 años
Felipe Dubernet	Gerente Corporativo de Administración y Finanzas	3 años
Felipe Arancibia*	Gerente Corporativo de Recursos Humanos	3 años
Felipe Benavides	Gerente de Asuntos Legales	2 años
Martín Rodríguez	Gerente de Gestión de Cambio e Innovación	2 años
Ronald Lucassen	Gerente Corporativo de Procesos Industriales	3 años
Marisol Bravo	Gerente de Asuntos Corporativos	23 años
Francisco Diharasarri	Gerente General de CCU Chile	14 años
Matías Bebin	Gerente General de Compañía Pisquera de Chile S.A.	3 años
Ludovic Auvray	Gerente Negocios Internacionales	2 años
Fernando Sanchis	Gerente General de Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A.	22 años
Pedro Herane	Gerente General de Viña San Pedro Tarapacá S.A.	4 años
Jesús García	Contralor General	2 años
Antonio Cruz	Gerente de Planificación Estratégica y Nuevos Negocios	6 meses

*Ejerció el cargo hasta el 31 de marzo de 2018.

Los ejecutivos principales reportan directamente al Gerente General, quien a su vez informa al Directorio sobre temas económicos, ambientales y sociales. Adicionalmente, la Gerencia de Contraloría, que supervisa la gestión de riesgos, cumplimiento normativo y medio ambiente, reporta funcionalmente al Directorio y al Comité de Directores (conforme a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas) y al Comité de Auditoría (conforme a Sarbanes -Oxley Act y normativa aplicable de la SEC y NYSE).

Los Comités específicos de la alta administración de nuestra Compañía son los siguientes:

Comité de Dirección

Es la instancia superior en el ámbito de la gerencia de la Sociedad, siendo conformado por los reportes directos del Gerente General, quien lo preside. Este Comité sesiona mensualmente para elaborar y luego implementar el Plan Estratégico de la Compañía, una vez que éste es aprobado por el Directorio.

Funciones del Comité de Dirección:

- 1) Seguimiento mensual de resultados y proyecciones a nivel corporativo.
- 2) Discutir e integrar la Planificación Estratégica, presupuesto operativo y los Balanced Score Card ("BSC") de seguimiento.
- 3) Integrar el foro de discusión de políticas generales e iniciativas de las funciones de soporte.
- 4) Revisar asuntos críticos del negocio.

Comité de Sustentabilidad

Durante el año 2017, en materia de gestión de la sustentabilidad, que constituye uno de los Pilares Estratégicos de CCU, se creó un Comité de Sustentabilidad conformado por la alta administración y presidido por la Gerencia de Asuntos Corporativos, relevando el rol clave que cumple fundamentalmente en el desempeño social y ambiental de la Compañía.

Este Comité de Sustentabilidad es el órgano de gobernanza que articula transversalmente todas las iniciativas relacionadas con el Pilar Estratégico de Sustentabilidad, y velará también por la implementación y gestión de la Estrategia de Sustentabilidad CCU a nivel transversal en la Compañía. Las líneas de acción establecidas en dicha estrategia se detallan en el Capítulo 6 de este informe, Pilar Estratégico Sustentabilidad.

El Comité de Sustentabilidad sesiona mensualmente.

Adicionalmente, las políticas de sustentabilidad son aprobadas por el Comité de Dirección.

Ética y Cumplimiento

Indicadores GRI: 102-16, 102-17, 102-25, 103-1, 103-2, 103-3

Desde nuestros inicios como Compañía hemos desarrollado nuestra actividad con estricto apego a la regulación del sector y sobre la base de nuestras políticas, normas y códigos de conducta internos. Creemos que la gestión ética de los negocios fortalece la transparencia hacia los mercados, reguladores y todos los públicos con los cuales no relacionamos a diario.

A continuación, describiremos los principales instrumentos que enmarcan nuestro quehacer, conforme a nuestro Propósito y valores.

Código de Conducta del Directorio: dicta principios, políticas y buenas prácticas de gobierno corporativo que guían la gestión y el actuar de los directores de CCU. Asimismo, el Código de Conducta del Directorio contiene un capítulo que trata en forma completa e íntegra lo que se entiende por conflictos de interés.

Código de Conducta en los Negocios (CCN): establece lineamientos para la toma de decisiones de todos los trabajadores, colaboradores y las filiales de CCU. Trata temas tales como los principios y valores de la Compañía, conflictos de interés, exactitud y confidencialidad de la información, tratamiento de información privilegiada, relación con los grupos de interés, conducta y deberes de los principales ejecutivos, controles internos, fraude y divulgación de la información a terceros, denuncia de irregularidades, prácticas anticompetitivas y medioambiente.

Este Código de Conducta se entrega a todos trabajadores que ingresan a CCU y se encuentra disponible en su sistema de Intranet. Para garantizar la implementación del Código de Conducta en los Negocios, las responsabilidades, contabilidad y líneas de informes se definen sistemáticamente en todas las divisiones y unidades de negocio de nuestra Compañía. Los sistemas de evaluación del desempeño integran dimensiones de cumplimiento en los códigos de conducta. Y existen acciones disciplinarias en caso de incumplimiento, dependiendo de su gravedad, desde advertencia hasta desvinculación.

Asimismo, disponemos de un Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado, que guía la divulgación de información de interés, el resguardo de la información confidencial y establece las normas sobre transacciones de valores realizadas por directores, ejecutivos y personas relacionadas, tal como lo estipula la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

Comité de Conducta en los Negocios: El Comité de Conducta en los Negocios tiene por función mantener actualizado el CCN, velar por su cumplimiento, absolver las consultas que se le formulen, en particular las relacionadas con el cumplimiento de la ley y normas reglamentarias vigentes, y recibir, conocer y analizar las denuncias recibidas. También recomendará o impondrá la aplicación de medidas disciplinarias o despidos a la administración de la unidad a la cual pertenezca el trabajador involucrado en una denuncia.

Este comité, está integrado por el Gerente Corporativo de Recursos Humanos, quien lo presidirá, el Gerente General, el Contralor General, el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas y el Gerente de Asuntos Legales, quienes podrán ser reemplazados por quienes los subroguen o reemplacen en el cargo. Sus reuniones y acuerdos se constituirán por la mayoría absoluta de sus miembros. En caso de empate decidirá el voto de quién presida la reunión.

El Comité nombrará a las Personas designadas, quienes recibirán las denuncias y las presentarán al Comité. Esta función será desarrollada por el Contralor General de CCU y para el caso de ausencia, impedimento o inhabilidad del Titular el Gerente Corporativo de Recursos Humanos.

Será obligación del Comité, informar al Comité de Auditoría de CCU semestralmente de las denuncias recibidas e inmediatamente en el caso que se trate de materias relevantes o materiales.

Sistema de Denuncias: De carácter anónimo y confidencial, permite que puedan acceder tanto trabajadores como personas externas a la Compañía, a través de cuatro canales:

- **Vía web:** El denunciante debe ingresar al sitio de CCU y seleccionar el link del sistema de denuncias, en el cual podrá registrarlas. Las denuncias serán recepcionadas por el Comité de Conducta en los Negocios.
- **Vía correo electrónico:** El denunciante debe enviar un correo electrónico a la dirección denunciasccu@plataformagrc.cl. Estos correos son recibidos y administrados por un tercero y serán agregados a la plataforma, con el objetivo de mantener todas las denuncias en un sistema centralizado para el análisis del comité que corresponda.
- **Vía casilla postal:** El denunciante debe enviar una carta a la casilla 15 Oficina Parque Arauco, Correos de Chile, Las Condes.
- **Vía telefónica:** El denunciante debe llamar al número 800 104 227 desde un teléfono fijo o celular. Esta llamada es gratuita para quien denuncia y será recepcionada por personal especializado externo, el que además la agregará en forma de archivo de audio a la plataforma, donde el Administrador del sistema la transcribirá, con el objeto de mantener todas las denuncias en un sistema centralizado para el análisis del comité que corresponda.

Si el denunciante no requiere confidencialidad, puede dirigir la denuncia a su jefe directo.

Línea Ética CCU / Gestión de Denuncias 2016 - 2017

	2016	2017
N° de Denuncias	61	28

Clasificación de las denuncias	2016	2017
No aplican	11	5
En proceso de investigación	5	1
Resueltas	45	22
Total	61	28

Materia de las denuncias resueltas	2017	
	Cantidad	%
Conflicto de interés y negociación incompatible	1	5
Sustracción y uso indebido de activos	4	18
Cuestionamientos a procesos de compra y licitación	4	18
Vulneración de controles e incumplimiento de procedimientos	3	14
Temas referidos al ámbito laboral	10	45
Total	22	100

Prevención de Delitos

Indicadores GRI: 205-1, 205-2, 205-3

En CCU contamos con un Encargado de Prevención de Delitos, quien semestralmente presenta al Directorio la gestión del Modelo de Prevención de Delitos (MPD) adoptado por la Compañía, en cumplimiento de la Ley N°20.393 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas en los delitos de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo, Cohecho y Receptación.

El MPD cuenta con todos los elementos para prevenir dichas acciones, siendo certificado anualmente por empresas autorizadas. Así, en 2017 cumplimos con el seguimiento y auditorías al MDP, a través de actividades de difusión para prevenir, detectar y responder ante la ocurrencia de delitos.

Además, estas materias se encuentran incluidas en la Inducción Corporativa que cada trabajador recibe al ingreso a CCU. En esta misma línea, por medio de la Gerencia de Cumplimiento, se realizaron capacitaciones a nueve personas incorporadas en materias de Libre Competencia y Ley 20.393 de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas, durante 2017.

Es importante señalar que en la implementación del MPD identificamos todos los procesos que por su naturaleza estaban expuestos al riesgo de corrupción y se evaluaron las medidas de mitigación que existían (controles). Así, implementamos nuevos controles para asegurar razonablemente que estos riesgos no se puedan materializar.

Adicionalmente, por tratarse de una Sociedad registrada en la Bolsa de Nueva York, debemos cumplir con los requerimientos de los antes mencionados SEC y el marco COSO 2013, el cual obliga a mantener un adecuado ambiente de control, que se evalúa a través del funcionamiento de los Entity Level Control.

Los principales riesgos a los que se encontraba expuesta la Compañía, que fueron evaluados en el MPD y para los cuales establecimos controles adecuados, correspondían al riesgo de ofrecer a un empleado público un beneficio económico (en dinero o especies - producto) en forma directa o indirecta para obtener algún beneficio.

Tanto en los años 2016 como 2017, el 100% de nuestras operaciones fueron evaluadas en este ámbito, siendo auditadas y visitadas un 68% de ellas en el último período. Cabe mencionar que durante 2017 no hubo casos de corrupción dentro de nuestra Compañía.

Libre Competencia

Indicador GRI: 206-1, 103-1, 103-2, 103-3

En CCU creemos en la libre competencia y actuamos de acuerdo con la legislación vigente y también conforme a nuestros principios y valores en este ámbito.

Durante el período objeto del informe, no han existido acciones jurídicas contra CCU con respecto a infracciones de la legislación aplicable en materia de prácticas monopólicas y contra la libre competencia.

Gestión de Riesgos

Indicadores GRI: 102-15, 102-30, 103-1, 103-2, 103-3

Una adecuada gestión de riesgos es condición de un desempeño que cautele el equilibrio de nuestros tres Pilares Estratégicos: Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad. Consideramos gravitante para la continuidad de toda organización el incorporar un enfoque precautorio en todos sus procesos, incluyendo aquellos relacionados con la buena gobernanza de riesgos.

Los principales factores de riesgo de nuestra actividad son los propios de los mercados donde estamos presente. Estos factores se relacionan con la ejecución del programa de inversiones, la naturaleza y el grado de competencia futura en los principales segmentos de negocios de la Compañía, así como también los acontecimientos políticos, sociales y económicos. También tenemos en cuenta los eventos de carácter catastrófico, incluyendo desastres naturales provocados o no por el fenómeno mundial del Cambio Climático.

Como instancia máxima para la gestión de riesgos en nuestra Compañía contamos con la Gerencia de Contraloría, que tiene un rol de supervisión, siendo responsable de la verificación de la efectividad y cumplimiento de las políticas, procedimientos, controles y códigos. El Gerente de Contraloría de CCU presenta el plan de auditoría anual al Comité de Directores en cumplimiento de la Ley N°18.046, y adicionalmente al Comité de Auditoría, en cumplimiento de la Ley Sarbanes Oxley.

También presenta en forma trimestral las recomendaciones y mejoras que, en opinión de dicha Gerencia, sería pertinente implementar para minimizar el riesgo de ocurrencia de irregularidades o fraudes. De las materias tratadas en las reuniones de tales Comités y propuestas se da cuenta en la sesión del Directorio más próxima, instancia que adopta los acuerdos pertinentes.

Nuestra Compañía cuenta con un proceso formal en este sentido (ARE: Administración de Riesgos Estratégicos), con la debida

participación del Directorio. El proceso ARE de CCU está basado en COSO, estándar fundado en el análisis de Riesgo – Control, el que contiene elementos orientados a cubrir Riesgos Estratégicos, Operacionales, de Reporte Financiero y Cumplimiento. El propósito es asegurar razonablemente el cumplimiento de los objetivos de la Sociedad de acuerdo con su propensión al riesgo.

ARE está incorporado en el Proceso Directivo de Planificación Estratégica, que define los objetivos estratégicos e indicadores en un horizonte trianual y las prioridades estratégicas en un ciclo anual. Así, el proceso formal de Gestión de Riesgos Estratégicos de CCU está diseñado para que en diferentes instancias se puedan identificar e informar riesgos, contemplando reuniones formales de análisis y retroalimentación.

Principales Riesgos

Nombre de los Riesgos	Descripción
Condiciones Económicas en Chile y Argentina.	Dependemos en gran medida de las condiciones económicas en Chile y Argentina, que pueden impactar negativamente nuestros resultados operacionales y posición financiera.
Regulatorio.	Posibles cambios en las leyes tributarias, y en materias de publicidad y etiquetado en los países donde operamos, podrían afectar nuestro negocio.
Costo Materias Primas.	Las fluctuaciones del costo de nuestras materias primas podrían impactar negativamente nuestra rentabilidad.
Competencia.	La consolidación de la industria cervecera a nivel regional podría impactar nuestra participación de mercado. La competencia en el mercado chileno de cervezas podría disminuir nuestra participación de mercado y recortar nuestra rentabilidad.
Mercado Laboral.	Los cambios en el mercado laboral de los países en que operamos podrían afectar nuestros márgenes del negocio.
Licencias.	Dependemos de la renovación de determinados acuerdos de licencia para mantener nuestras actuales operaciones.
Proveedores.	Dependencia de un proveedor único para algunas materias primas importantes.
Disponibilidad de agua.	El suministro de agua es esencial para el desarrollo de nuestros negocios.
Eventos catastróficos.	Los desastres naturales, el efecto del cambio climático, el terrorismo, las pandemias, huelgas u otros eventos catastróficos podrían impedir o afectar nuestra capacidad de fabricar, distribuir o vender nuestros productos.
Regulatorio Ambiental.	Nuevas normativas medioambientales aplicables podrían afectar nuestro negocio.
Falla Cadena logística.	La cadena de suministro, producción y logística es clave para la entrega oportuna de nuestros productos a los centros de consumo.
Seguridad de la Información.	Si no somos capaces de proteger nuestros sistemas de información contra la corrupción de datos, ataques cibernéticos o violaciones a nuestra red de seguridad nuestras operaciones podrían verse interrumpidas.
Imagen y Calidad de productos, Reputación.	Nuestros resultados podrían verse afectados si no somos capaces de mantener la imagen y calidad de nuestros productos y una buena relación con nuestros clientes y consumidores. Un eventual problema de calidad podría empañar la reputación de nuestra Compañía.

Del proceso ARE se obtienen los Mapas de Riesgos Estratégicos y sus Planes de Mitigación. Este proceso está formalizado en una Política de Administración de Riesgos y un procedimiento que define la metodología y las responsabilidades. Cabe precisar que ARE se relaciona con Auditoría Interna a través del mapa de procesos y las políticas gestión de riesgos son aprobadas por el Directorio.

Asimismo, en el contexto de este proceso realizamos análisis de sensibilidad, en materia de riesgos financieros, como el tipo de cambio y la tasa de interés, y riesgos asociados a la disponibilidad de agua o la calidad de ésta, como insumo clave para nuestras operaciones, entre otros aspectos (más información en la Memoria Financiera CCU 2017).

05

Rentabilidad
y Crecimiento

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3.



A partir de nuestro Propósito como Compañía, y la manera en que lo plasmamos a través de nuestro Proyecto, entendemos que no basta con hacer bien las cosas en cada momento, sino que es necesario que se hagan con una mirada sustentable y de largo plazo.

Como herramienta de gestión, nuestro Plan Estratégico 2016-2018 ha contemplado cinco objetivos: Crecimiento; Eficiencia; Modelo de Negocio; Talento; y Sustentabilidad.

Para ello, contamos con tres Pilares estratégicos que debemos mantener en equilibrio: Rentabilidad, Crecimiento y Sustentabilidad. Estos lineamientos configuran nuestra estrategia desde una plataforma de negocios robusta y con el foco puesto en una ejecución de excelencia. En esta sección nos enfocaremos en los Pilares de Rentabilidad y Crecimiento.

En el pilar de Rentabilidad nos orientamos a maximizar el valor económico de los negocios que operamos. Para alcanzar este objetivo debemos optimizar el retorno final sobre la inversión, lo que es consecuencia de mejores márgenes y el uso eficiente de los recursos.

En el pilar Crecimiento buscamos incrementar el tamaño y el alcance de nuestra operación, lo que se logra con una mayor participación de mercado, atendiendo nuevas necesidades, nuevos canales, nuevas ocasiones de consumo e ingresando a nuevas regiones, negocios y categorías.

Durante el año 2017 nuestros negocios crecieron con fuerza y seguimos avanzando en la implementación del Plan Estratégico, enfocado en Crecimiento y Eficiencia. Nos hemos propuesto crecer rentablemente en todas nuestras categorías y negocios.



Resultados Consolidados

Indicadores GRI: 102-7, 201-1

Este año, los Ingresos por ventas aumentaron 8,9%, alcanzando \$1.698.361 millones, como consecuencia de volúmenes consolidados 5,0% más altos y precios promedio 3,8% más altos.

El aumento en Ingresos por ventas consolidados se debió principalmente al segmento de operación Negocios Internacionales, que aumentó 24,4%, impulsado por el crecimiento de la industria cervecera en Argentina y un incremento en nuestra participación de mercado en este segmento. Los segmentos de operación Chile y Vinos también contribuyeron al crecimiento de los Ingresos por ventas, con un aumento de 5,0% y 1,5%, respectivamente, incrementando levemente su participación de mercado.

El Margen Bruto presentó un crecimiento de 10,1%, alcanzando a \$899.622 millones, como resultado del aumento de 8,9% de los Ingresos por ventas, parcialmente contrarrestado por un Costo de ventas 7,7% mayor. El Costo de ventas como porcentaje de los Ingresos por ventas, disminuyó de 47,6% a 47,0%. Como consecuencia, el Margen Bruto como porcentaje de los Ingresos por ventas aumentó de 52,4% a 53,0%.

Los gastos de administración, comercialización y distribución (o MSD&A, por sus siglas en inglés) como porcentaje de los Ingresos por ventas, disminuyeron de 39,7% a 39,4%, debido principalmente a los resultados de nuestro plan de eficiencias "ExCCelencia CCU".

Estado de Resultados Consolidado

Estado de Resultados Resumido (MM\$)	2016	2017
Volumen (miles de hectolitros)	24.783	26.020
Ingresos por ventas	1.558.898	1.698.361
EBIT(1)	200.652	234.894
Margen EBIT (%)	12,9	13,8
EBITDA(2)	284.180	327.094
Margen EBITDA (%)	18,2	19,3
Utilidad Neta	118.457	129.607

(1) Resultado Operacional Ajustado (o EBIT por su sigla en inglés), es definido por la Compañía como la Utilidad (pérdida) antes Otras ganancias (pérdidas), Gastos financieros netos, Utilidad de negocios conjuntos y asociadas contabilizados por el método de participación, Diferencia de cambio, Resultados por unidades de reajuste e Impuestos a las ganancias. EBIT es equivalente al Adjusted Operating Result utilizado en el formulario F-20.

(2) ROADA (o EBITDA por sus siglas en inglés), es definido por la Compañía como Resultado Operacional Ajustado antes de Depreciación y Amortización. EBITDA es equivalente al ORBDA (Adjustes Operating Result before Depreciation and Amortization), utilizado en el formulario 20-F.

Otras Cifras Financieras (MM\$)	2016	2017
Activos Totales	1.872.027	1.976.229
Pasivos Totales	671.372	749.400
Patrimonio	1.200.656	1.226.829

Valor Económico Generado y Distribuido

	2016	2017
Valor Económico Generado	MM\$	MM\$
Ingresos por ventas netas	1.558.898	1.698.361
Otros ingresos	11.281	11.769
Total Valor Económico Generado (VEG)	1.570.179	1.710.130
Valor Económico Distribuido	MM\$	MM\$
Salarios y beneficios sociales para los trabajadores	210.886	220.859
Gastos operativos	1.143.026	1.240.214
Gobiernos	30.246	48.366
Inversiones y aportes a la comunidad	1.133	1.396
Pagos a proveedores de Capital	86.320	97.798
Total Valor Económico Distribuido (VED)	1.471.610	1.608.632
Total Valor Económico Retenido(*)	98.569	101.498

(*) El valor económico retenido corresponde a la siguiente resta: Total VEG – Total VED.

Nota:

Ingresos por ventas: corresponde a los ingresos generados por la venta de productos.

Otros Ingresos: corresponde a ingresos por ventas de activos e ingresos financieros y diferencias de cambio.

Salarios y beneficios sociales para los trabajadores: corresponde a los gastos en remuneraciones, leyes sociales (AFP, ISAPRE, FONASA, Seguro de cesantía) y beneficios otorgados por la organización.

Gastos operativos: corresponde a costos directos, transporte y distribución, publicidad y promoción, depreciaciones y amortizaciones, materiales y mantenciones, energía, arriendos, entre otros.

Gobiernos: corresponde al impuesto a las ganancias.

Inversiones y aportes a la comunidad: corresponde a distintos tipos de donaciones (deportivas, culturales, educacionales, entre otros), aporte social (Teletón) y proyectos de inversión con las comunidades.

Pago a proveedores de capital: corresponde a pago de intereses financieros y dividendos.

Resultados Segmento de operación Chile

Indicador GRI 102-2

El Segmento de operación Chile mostró un aumento de volúmenes de 1,2%, alcanzando 17.863 miles de hectólitros, lo que representa un leve aumento de nuestra participación de mercado en este segmento. El EBIT aumentó 18,3%, alcanzando \$182.784 millones, así como también aumentó su margen de 15,5% a 17,5%. Por otro lado, el EBITDA se incrementó en 14,5%, llegando a \$247.592 millones y su margen pasó de 21,7% a 23,6%.

Como contexto de estas cifras, podemos comentar que en 2017 se concretaron importantes innovaciones y nuevos lanzamientos en las categorías que integran el segmento de operación Chile. En Cervezas

destacaron los lanzamientos de Royal Guard Scotch Ale, que sumó una nueva variedad a la marca; Escudo Silver, versión lager de 5.0 grados de alcohol, y la cerveza Andes. Asimismo, presentamos al mercado las nuevas versiones de Kunstmann: Indian Pale Ale y Gran Lager.

En bebidas sin alcohol, Pepsi Zero azúcar, cuyo lanzamiento se realizó a finales de 2016, extendió sus empaques en 2017, llegando a nuevas ocasiones de compra y consumo, lo que fortaleció su éxito en el mercado. Cabe destacar que Chile fue el primer mercado de Latinoamérica en lanzar Pepsi Zero azúcar, con un sólido plan comercial, desarrollado especialmente para nuestro país. Gracias a ello, durante este año CCU recibió el premio por La Mejor Innovación de Latinoamérica por parte de PepsiCo.

Paralelamente, 7UP lanzó su refrescante versión Limonada; Bilz y Pap, a través de su marca POP, sorprendió con nuevos "sabores de otro mundo", como Centella y Manzana Confitada; Kem lanzó su versión veraniega Mango-Durazno y Kem Xtreme innovó con sus ediciones limitadas asociadas a la plataforma de Gamers.

Watt's, por su parte, lanzó el nuevo sabor Maracuyá 0% azúcar adicionada; Gatorade lanzó sus ediciones limitadas con el rostro de Alexis Sánchez, con nuevos sabores, y también su serie profesional, llamada G Series, para un desempeño de alto rendimiento.

En la categoría Aguas, Cachantún tuvo exitosas campañas "Vive Natural", que permitieron continuar aumentando su Primera Preferencia; MÁS lanzó nuevos sabores Pera y Granada en formato colación PET 250 cc, además de su nuevo sabor Manzana Durazno, junto una renovada imagen de marca. Entre los logros de Nestlé Pure Life se cuentan el lanzamiento de su formato de 2 litros y la consolidación de su plataforma digital como canal comunicacional de la marca, que permitió fortalecer su relevancia y cercanía con los consumidores.

En Pisco, sumamos a nuestro portafolio una nueva marca súper premium de pisco puro y reservado de 40 grados de alcohol, Espíritu de los Andes, hecho de uvas 100% moscatel, que se caracteriza

por ser muy aromático y expresivo. En la categoría Ice, lanzamos la nueva marca Iceberg, dirigida a jóvenes, por su baja graduación alcohólica, única en su categoría con 5 grados de alcohol y llamativos sabores (Extreme Blue, Electric Lemonade y Sunny Apple). Junto a nuestra marca Sierra Morena Ice, lanzamos un nuevo formato lata 310 cc y la nueva versión Maracuyá, con solo 7 grados de alcohol, suavemente gasificado y bajo en calorías. Asimismo, creamos una nueva variedad Mistral Ice Energy con sabor a guaraná.

Resultados Segmento de operación Negocios Internacionales

Indicadores GRI 102-2, 102-10

El Segmento de operación Negocios Internacionales mostró un incremento de volúmenes de 16,9%, llegando a los 6.726 miles de hectolitros. El EBIT aumentó 117,5%, alcanzando \$45.266 millones, así como su margen, que pasó de 5,6% a 9,8%. Por otro lado, el EBITDA aumentó en 85,8%, alcanzando \$60.834 millones, con el consecuente aumento de su margen, que pasó de 8,8% a 13,2% en 2017.

Nuestra Compañía, a través de la filial Compañía Cervecerías Unidas Argentina S.A. ("CCU Argentina") produce cervezas en sus plantas ubicadas en las ciudades de Salta, Santa Fe y Luján. Sus principales marcas son Schneider, Imperial, Palermo, Santa Fe, Salta, y Córdoba, siendo titular de contratos de licencia exclusiva para la producción y comercialización de Miller Genuine Draft, Heineken, Amstel y Sol. Cabe señalar que en 2017 hubo un acuerdo con AB InBev para terminar anticipadamente la licencia de la marca Budweiser en Argentina y realizar un intercambio de portafolio que representa volúmenes similares de venta, a lo cual se suman pagos por un monto de hasta USD 400 millones antes de impuestos, en un período de tres años. Dicha operación fue recientemente aprobada por la autoridad de la libre competencia de Argentina.

Asimismo, CCU Argentina importa la marca Kunstmann. Además, CCU Argentina participa en el negocio de la sidra, teniendo el control

de Sáenz Briones y Compañía S.A.I.C. También participa en el negocio de licores, los que se comercializan bajo la marca "El Abuelo", además de importar otros licores desde Chile.

CCU en Uruguay participa en el negocio de aguas minerales con las marcas Nativa y Nix, en aguas saborizadas con la marca Nativa, en gaseosas con la marca Nix, en néctares con la marca Watt's y en bebidas isotónicas con la marca Full Sport. Adicionalmente, comercializa las marcas importadas de cerveza Heineken, Schneider y Kunstmann, así como también la marca de sidra "Real".

CCU en Paraguay desarrolla el negocio de producción, comercialización y venta de bebidas sin alcohol, y comercialización y venta de bebidas con alcohol. Posee las marcas Pulp para gaseosas, Puro Sol para jugos, La Fuente para aguas y Zuma para aguas saborizadas. Asimismo, posee la licencia para producir y distribuir néctares bajo la marca Watt's y cuenta con licencia para distribuir cerveza bajo las marcas Heineken, Coors, Paulaner, Schneider y Kunstmann.

Es preciso señalar que Bebidas del Paraguay S.A. adquirió la marca de cerveza Sajonia, ingresando desde hace un tiempo al mercado de cervezas artesanales mediante producción local.

Resultados Segmento de operación Vinos

El Segmento de operación Vinos mostró un aumento de volúmenes de 3,1%, alcanzando 1.431 miles de hectólitos, con un precio promedio en pesos chilenos 1,5% más bajo que el año anterior, debido a la apreciación de 4,1% del CLP versus el USD, afectando nuestros ingresos por exportación. Con todo, logramos Ingresos por ventas 1,5% mayores, alcanzando \$204.454 millones. El crecimiento del volumen fue impulsado principalmente por el negocio doméstico. Por segundo año consecutivo, la industria chilena tuvo una vendimia con volúmenes por debajo del promedio, y esto, sumado a malas cosechas internacionales, incrementó excesivamente los costos

de las uvas y del vino. Este efecto, se refleja en un alza de 8,4% en el costo de ventas por hectólito, que, junto a menores precios promedios, han dado lugar a una contracción del Margen Bruto pasando de 43,9% a 38,3%. Nuestro EBIT disminuyó 34,1% a CLP 24.519 millones, y nuestro EBITDA disminuyó 27,7% a CLP 32.025 millones, reduciendo el margen de EBITDA de 22,0% a 15,7%.

En el mercado doméstico, VSPT tuvo un gran desempeño comercial, reiterando así su posición de liderazgo en volumen y valor. Adicionalmente, continuamos creciendo de manera significativa en la categoría de espumantes, junto a nuestra marca especialista en burbujas, Viñamar, y a la reciente incorporación de Misiones de Rengo en la categoría, lo que nos permitió mantener un sólido segundo lugar en el segmento Premium. En exportaciones, crecimos levemente con respecto al año anterior.

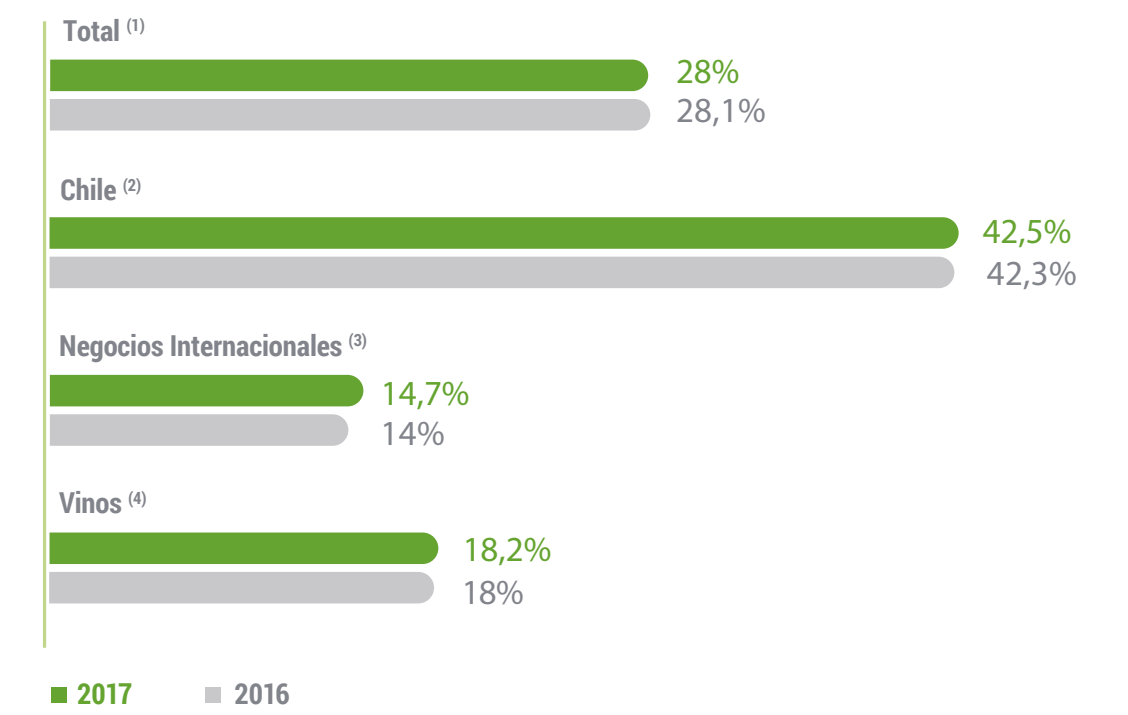
Participación de Mercado

De acuerdo con nuestro plan de expansión y diversificación de mercados, hemos incrementado y robustecido nuestra presencia en los países donde tenemos operaciones productivas y comerciales. En todos estos mercados, la política global de la Compañía consiste en trabajar para optimizar la calidad de nuestros productos y procesos de elaboración. Junto con ello, mantenemos una atención directa y personalizada hacia los clientes, principalmente, a través de colaboradores locales.

La comercialización de productos está dirigida básicamente al comercio minorista, integrado por supermercados, restaurantes, botillerías, fuentes de soda y otros.

A continuación, presentamos las participaciones de mercado de nuestra Compañía.

Participación de Mercado



(1) Promedio ponderado de todas las categorías en donde CCU participa, basado en las participaciones de mercado de cada categoría y ponderados por las estimaciones internas de los tamaños de la industria mercado (febrero 2018). Fuente de Market Share: Nielsen, diciembre 2017 para Chile, Vinos domésticos y Argentina, ID Retail para Uruguay y Asociaciones de Viñas de Chile para vinos de exportación. Actualizados anualmente.

(2) Excluye HOD y jugos en polvo.

(3) Incluye cervezas y sidras (desde 2011) en Argentina; bebidas carbonatadas, néctares, aguas minerales y saborizadas en Uruguay; cervezas gaseosas, néctares y agua mineral en Paraguay.

(4) Incluye vinos domésticos en Chile y exportación. Tamaño de mercado del segmento exportación corresponde a lo reportado por la Asociación de Viñas de Chile. Excluye vino granel.

06

Sustentabilidad



Indicadores GRI 103-1, 103-2, 103-3

Como señalamos al inicio de este informe, la Sustentabilidad es uno de los tres pilares estratégicos de nuestra Compañía, junto a los de Rentabilidad y Crecimiento.

Durante 2017 contextualizamos los lineamientos, programas y objetivos de sustentabilidad en los que hemos trabajado durante años en CCU, bajo una Estrategia Corporativa, que plasma los compromisos en los ámbitos de Personas, Planeta y Productos. Nuestra estrategia también considera los insumos asociados al fortalecimiento de la matriz de materialidad y el enriquecedor proceso

participativo que significó con nuestros grupos de interés, para identificar sus expectativas, preocupaciones e intereses.

En una primera fase, diseñamos los ejes de acción y dimensiones de la estrategia para definir cómo entendemos la sustentabilidad en CCU; posteriormente, estableceremos las prioridades en una hoja de ruta que permita gestionar, medir y comunicar de manera escalable sus metas.

Es importante comentar que la Estrategia de Sustentabilidad CCU confirma, a su vez, el compromiso de integrar los desafíos de un desempeño económico, ambiental y socialmente responsable al núcleo de nuestra actividad, en línea con las mejores prácticas de

la industria a nivel mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Pacto Global, iniciativa a la cual adherimos desde 2003.

Para dirigir y articular transversalmente todas las iniciativas de la estrategia, contamos con el Comité de Sustentabilidad, órgano de gobernanza que cumple las importantes funciones de formular y dar seguimiento a la estrategia; impulsar, alinear y compartir los logros de forma interna y externa, así como analizar situaciones coyunturales y monitorear las nuevas regulaciones de la industria.

Liderado por la Gerencia de Asuntos Corporativos, en el Comité de Sustentabilidad participan integrantes de todas las áreas de la

compañía, entre ellos, miembros de la alta administración, como gerentes y subgerentes. Durante 2017, este comité -que reporta al Gerente General de CCU- sesionó en tres oportunidades, de acuerdo con lo planificado. Además, está prevista una instancia de validación anual de su gestión ante el Directorio de la Compañía.

Ahora describiremos los ejes de nuestra estrategia, marco que define el enfoque de gestión para cada aspecto material de la actividad que desarrollamos, de acuerdo con la matriz informada en el capítulo Acerca de este Reporte. Destacamos que este avance es fruto de una labor conjunta con todas las áreas y del apoyo e involucramiento decidido de la alta administración de CCU.

Indicador GRI 103-2

Como mencionamos, para determinar los ejes de la Estrategia de Sustentabilidad tuvimos en consideración las mejores prácticas de la industria, así como los marcos de actuación internacionales que inspiran un desempeño económico, social y ambientalmente responsable, entre los cuales se cuentan los principios y objetivos alentados por Pacto Global.

La siguiente gráfica muestra la sinergia que generamos entre los ejes de nuestra estrategia y los Objetivos de Desarrollo Sostenible aplicables.

Estrategia de Sustentabilidad CCU y Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

Personas que nos Mueven

Vivimos en un mundo plenamente integrado, en donde nuestra acción impacta a las personas con las que nos relacionamos. En CCU nos inspira esa interacción, y estamos comprometidos en buscar un mejor vivir para todos a través de nuestro actuar diario.



Planeta por el que velamos

Reconocemos la importancia de hacer negocios con una visión medioambiental de largo plazo. Tenemos una cultura orientada a minimizar el impacto ambiental, gestionando nuestro negocio más allá del cumplimiento normativo y promovemos el cuidado del medioambiente.



Marcas que nos inspiran

Nuestro negocio se sustenta en marcas de valor, que entregan a nuestros consumidores experiencias para compartir un mejor vivir.



Personas que nos mueven



En CCU las personas mueven nuestro quehacer. Nuestro propósito se manifiesta cada vez que nos relacionamos con una persona ya que procuramos que esa experiencia que vivimos juntos siempre sea un aporte al mejor vivir. Eso lo hacemos con una mirada sustentable y de largo plazo, a través de compromisos y acciones concretas con todos nuestros grupos de interés: Trabajadores, Clientes, Proveedores y Comunidades.

Trabajadores: aliados estratégicos para la excelencia

En CCU reconocemos que las personas son el principal motor de la Compañía. Trabajamos por su desarrollo integral, promoviendo que se vivan los principios corporativos de Excelencia, Entrega, Integridad y Empoderamiento, en un ambiente de buen clima organizacional y máxima seguridad.

Perfil de la Dotación CCU

Indicadores GRI: 102-8, 405-1

En CCU apreciamos el talento y el mérito de cada uno de los **6.460 trabajadores** y de los **contratistas** que componen nuestra organización. Creemos que todos tienen potencial de desarrollo y estamos comprometidos con el despliegue de sus habilidades, procurándoles ambientes de trabajo seguros y donde se respeta la dignidad de todas las personas.

El **94%** de nuestra dotación en 2017 corresponde a trabajadores con **contrato indefinido**, un 3% más con respecto a la dotación informada en 2016, la que alcanzó los 5.878 trabajadores.

En cuanto a la dotación a plazo fijo, disminuyó un 35% con respecto al año anterior, alcanzando los 378 trabajadores al cierre del año 2017. Tanto este año como en 2016, el **100% de la dotación CCU tiene jornada completa.**

Con respecto a la dotación por género, la **presencia femenina aumentó un 4%** con respecto a lo informado el año anterior, alcanzando las 1.004 trabajadoras. El 54% de la dotación femenina se encuentra en la categoría de Profesionales y Técnicos.

En términos de rango etario, **el 59% de la dotación total CCU se encuentra entre los 30 y 50 años.** (El desglose de las cifras de dotación y rotación de nuestra Compañía se encuentra en los Anexos de este informe).

Nuestro Modelo de Gestión de Talento

Tal es la relevancia que otorgamos al desarrollo de nuestros trabajadores que constituye una de las cinco prioridades estratégicas contempladas en el Plan de Negocios 2016-2018: Crecimiento, Eficiencia, Modelo de Negocio CCU, Talento y Sustentabilidad.

Creemos que es indispensable reconocer el Talento en cada una de las personas. Así, nuestro objetivo se orienta a desarrollar en las personas las competencias necesarias para la conducción de los negocios en cada uno de los niveles y funciones de las unidades de CCU, buscando un desarrollo integral, con foco en la adhesión a los Valores Corporativos.

El Plan Estratégico de Recursos Humanos se ejecuta mediante un Modelo Integrado de Gestión que considera determinadas causas e indicadores con miras al desarrollo laboral, la reputación de la Compañía y la sustentabilidad económica. Las cinco causas de este modelo tienen los siguientes objetivos:

1. Personas

Acompañar el crecimiento regional, a través de una administración eficiente de los recursos humanos, otorgando disponibilidad de personas altamente calificadas a la organización para la conducción de los negocios en cada uno de los niveles y funciones de las unidades de CCU; buscando el desarrollo integral de las personas, con foco en la adhesión a los Valores Corporativos Internos.

2. Liderazgo

Profundizar el rol de líder de cada uno de quienes trabajamos en CCU, buscando generar un liderazgo motivador, inspirador y participativo; aumentando el compromiso dentro de la organización.

3. Desempeño

Seguir construyendo una organización que sea capaz de alinear los objetivos estratégicos con los objetivos de cada trabajador, incentivando su cumplimiento.

4. Identidad

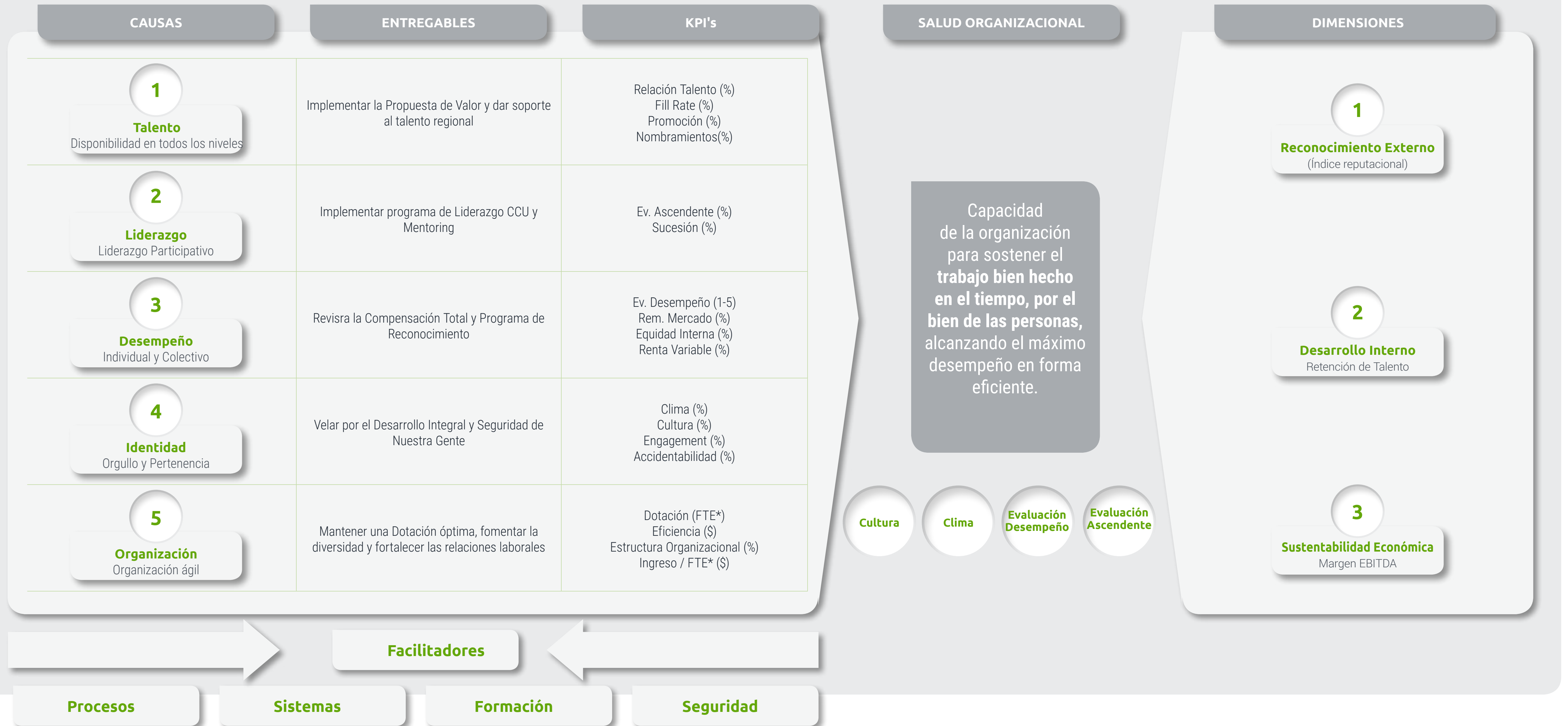
Inspira en quienes trabajamos en CCU una cultura organizacional orientada a nuestros valores de Excelencia, Empoderamiento y Generosidad, que forman parte del Cumplimiento Global de Desempeño.

5. Organización

Seguir construyendo una organización que sea capaz de crecer en forma eficiente y sustentable en el tiempo, enfrentando exitosamente los desafíos de la expansión regional, fomentando la diversidad y relaciones laborales.

A continuación detallaremos los indicadores del Modelo Integrado de Gestión de Personas, entre los cuales se cuentan Gestión de Clima Laboral, Evaluación de Desempeño y Plan de Capacitación, por mencionar algunos.

Modelo Integrado de Gestión de Personas CCU



* Full Time Equivalent (Equivalente a tiempo completo): Cantidad de trabajadores a tiempo completo que se necesitan para llevar a cabo las actividades de la organización.

Proceso Anual de Gestión de Personas CCU

El Proceso Directivo de Recursos Humanos es el instrumento que guía el Plan Estratégico 2016-2018 del área. Dicho proceso busca homologar prácticas en las unidades de negocios y se rige por una agenda corporativa centralizada, con sus respectivos coordinadores de los procesos a lo largo del año. Los focos de trabajo son los siguientes:



Reconocimiento Espíritu CCU

Destaca a aquellos colaboradores que representan el Propósito de CCU y sus Principios: Excelente, Entrega, Integridad y Empoderamiento



Gestión del empleo: visión de largo plazo

Indicador GRI 401-1

Como parte de nuestro objetivo estratégico de atraer, desarrollar y retener talentos, el proceso de selección que aplicamos se orienta a descubrir potencialidades de crecimiento y las habilidades y conocimientos para un adecuado desempeño de las funciones inmediatas y las que desarrollen los trabajadores en el futuro.

Durante 2017, realizamos 738 contrataciones con contrato indefinido. El 52% de las contrataciones se centró en personas menores de 30 años y el 28% de las contrataciones fueron de género femenino. La tasa de contratación anual fue de un 12,1%.

Cuando revisamos el comportamiento en las Unidades de Negocios, CCU Chile reclutó durante 2017 a 274 trabajadores con contrato indefinido, lo que equivale al 37% del total de las contrataciones.

En materia de contrataciones temporales, que corresponden a aumentos por temporada alta y reemplazo por vacaciones, durante este año se contrataron 952 trabajadores a plazo fijo, de los cuales un 48% lo representan jóvenes menores a 30 años, siendo un 85% de ellos hombres.

Rotación

Durante 2017, hubo 840 trabajadores con contrato indefinido que dejaron la organización (considerando casos voluntarios e involuntarios). La tasa de rotación de los trabajadores con contrato indefinido alcanza el 13,8%, reflejando una reducción de un 23% comparado con el período anterior. A nivel de las unidades de negocios, CCU S.A., CCU Chile, VSPT Wine Group, Compañía Cervecería Kunstmann y Compañía Píscera de Chile (CPCh) tuvieron tasas de rotación similares, que van desde 10,4% (para CCU Chile) hasta un 17,5% (CPCh). La información en detalle se encuentra en la tabla Tasas de Rotación por Unidades de Negocios y Rango Etario, en el capítulo Anexos.

Adicionalmente, también medimos la tasa de rotación voluntaria, la cual es bastante baja: en 2017 alcanzó un 3,5%, y en 2016 fue de un 4%.



En CCU tenemos una fuga de talento muy baja: Para el año 2017, en particular, nuestra tasa llegó al 3,5%.

Programas de Desarrollo

Indicadores: 404-1, 404-2, 404-3, DSML.16, DSML.17

En CCU creemos que la competitividad y el desarrollo de las personas son factores clave para que una organización sea capaz de crecer de forma eficiente y sustentable en el tiempo. Para este propósito, contamos con programas de formación que permiten detectar las necesidades de aprendizaje de cada uno de los trabajadores de la Compañía, con el fin de potenciar sus habilidades y posibilidades de desarrollo dentro de CCU.

El primer responsable de detectar las necesidades de formación es el supervisor directo, quien debe tener en cuenta las brechas del trabajador con su desempeño actual, así como las competencias que requiere desarrollar para asumir nuevas responsabilidades. A su vez, detectamos también necesidades para cada una de las áreas de CCU y necesidades transversales a nivel Compañía.

Las principales fuentes de aprendizaje son la experiencia y formación en el trabajo. Los supervisores tienen la responsabilidad de guiar y formar a sus trabajadores para que prosperen en sus puestos actuales y alcancen su máximo potencial. Generamos también acciones de capacitación y desarrollo que pueden ser en modalidad presencial, e-learning o mixtas.

Además, necesitamos líderes ejemplares que estén fuertemente comprometidos con el crecimiento y desarrollo de nuestra gente. Cada Líder de CCU es el principal responsable del desarrollo de las personas de su equipo.

Durante 2017 se implementó un Modelo de Formación que combina la parte académica con la corporativa, en base a los programas de capacitación ejecutados, entre los cuales destacamos:

Rutas de Aprendizaje: Metodología que sistematiza la generación de una oferta formativa atingente a cada trabajador, a través del diagnóstico de necesidades basado en las brechas que cada trabajador tiene con respecto a su desempeño esperado. En base a esta metodología, el trabajador conocerá su perfil de cargo y lo que se espera de él en su posición. A su vez, en base a una medición, tendrá visibilidad de las brechas que le quedan por trabajar para lograr ese desempeño esperado.

Con esta medición, el trabajador contará con una variedad de capacitaciones a cumplir, que van en su directo beneficio, otorgando las herramientas necesarias para mejorar sus habilidades y desempeño. Cabe destacar que estas capacitaciones se definen de manera personalizada, de acuerdo con la brecha individual detectada

Train the Trainers Fuerza de Ventas: Programa de entrenamiento para la fuerza de ventas, donde los Jefes de Ventas y Jefes Comerciales se entrenan para dar, a su vez, entrenamiento y formación a los Vendedores. El beneficio esperado de este programa es que los Jefes logren de manera empoderada traspasar los conocimientos que deberán ocupar en la ruta de aprendizaje de los Vendedores. El objetivo final es entregarles herramientas para generar un excelente proceso de ejecución comercial en el punto de venta, lograr el máximo margen y desarrollar oportunidades comerciales.

Los Programas de Formación de la Compañía pueden ser de ejecución externa, interna, o de desarrollo profesional:

Programa de Desarrollo Profesional: Corresponden a Magíster, Diplomados y carreras técnicas y profesionales. Estos programas son impartidos por Universidades o Centros de Formación Técnica (CFT).

Programas de Formación Internos: Los propios trabajadores de la Compañía transmiten su conocimiento en diversos ámbitos y programas que contemplan cursos específicos.

Programas de Formación Externos: Corresponden a los cursos dictados por organismos externos a la Compañía.

Principales Programas de Formación

Programas	Ámbito de los Programas	N° de Beneficiarios
Desarrollo Profesional	Magíster-Diplomados-Carreras Profesionales y Técnicas	94
Formación Interna	Entrenamientos a la fuerza de Ventas, Operaciones Industriales y Logística. Entrenamiento transversal en Seguridad, y Marketing	2.638
Formación Externa	Gestión Calidad, Eficiencia y Sustentabilidad, Gestión de Productividad, Logística, Administración, Habilidades interpersonales, Idiomas	3.162

Indicadores GRI: 404-1, 412-2

Durante 2017, concretamos 183.529 horas de formación, cifra superior en un 18 % con respecto a las horas de 2016. Los trabajadores con contrato indefinido cumplieron 30 horas de formación en promedio, con un gasto promedio en capacitación por trabajador que alcanzó los \$247.000.

Se realizaron 272 horas de capacitación en el Código de Conducta, que incluye temáticas de Derechos Humanos, un 162% más que el

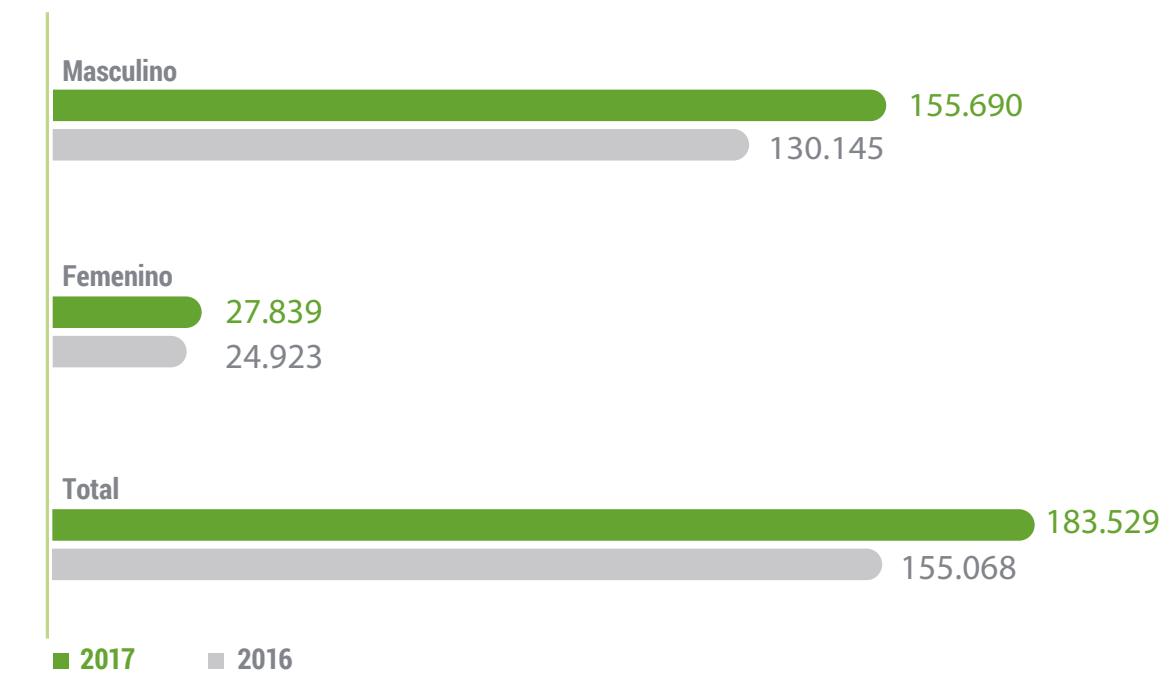
año pasado, período en el cual las horas de capacitación fueron 104. El porcentaje de trabajadores formados corresponde al 5,2% de la dotación de CCU S.A., y al 0,8% de las subsidiarias (CCU Chile, VSPT Wine Group, Compañía Pisquera de Chile, Compañía Cervecería Kunstmann y Manantial). En promedio, para el período 2017, se capacitó al 1,1% de la dotación total propia de la Compañía en estas temáticas.

Media de Horas de Formación por Género y Categoría Laboral(*)

Categoría Laboral	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
Gerentes	14,56	18,36	15,06	9,81	38,33	14,43
Subgerentes	22,47	20,83	22,16	30,56	35,13	31,55
Profesionales y técnicos	31,36	32,42	31,69	28,76	30,44	29,30
Empleados y operarios	24,17	19,73	23,76	31,33	24,72	30,75
Total	25,51	26,63	25,69	30,46	28,67	30,18

(*) La fórmula de cálculo cambió con relación a lo informado en el Informe de Sustentabilidad 2016. Esta vez se incluyeron las horas de capacitación de VSPT y Manantial. El cálculo considera sólo a los trabajadores con contrato indefinido.

Total de Horas de Formación por Género



Respeto a la dignidad de las personas

Indicadores GRI: 408-1, 409-1, 412-1

Como adherentes a los Diez Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, en CCU nos hemos comprometido con el respeto a los Derechos Humanos, cautelando la igualdad y dignidad de las personas, la libertad de pensamiento, de conciencia y religión; la libertad de asociación, el derecho al trabajo y a condiciones equitativas y satisfactorias en él. Estos aspectos están plasmados en la Política General de Recursos Humanos, en el Código de Conducta en los Negocios y en los Reglamentos Internos de nuestra Compañía.

Todas estas políticas internas generan barreras administrativas y de gestión que imposibilitan el trabajo infantil y/o forzado en nuestra organización, estando ancladas en nuestros principios y en el estricto apego a la legislación aplicable. Asimismo, promovemos su cumplimiento a lo largo de nuestra cadena de valor, tal como se expresa en la Guía de Buenas Prácticas de Proveedores (ver contenido de Proveedores más adelante).

Cabe señalar que contamos con normas y protocolos que regulan el ingreso a nuestras instalaciones, con controles, procesos de evaluación y verificaciones previas, exigencia de la documentación requerida para cumplir labores y la constante fiscalización de las jefaturas y la Unidad de Riesgos en todas nuestras instalaciones y plantas. De esta manera, garantizamos que sólo el personal calificado y autorizado desempeñe funciones en ellas.

Igualdad de oportunidades

Indicador GRI 406-1



En diciembre de 2017, firmamos la adhesión a la **Iniciativa de Paridad de Género (IPG)**, alianza público-privada impulsada por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Foro Económico Mundial, que tiene como objetivo integrar a más mujeres en la economía e implementar mejores prácticas para ayudar a cerrar las brechas de género en oportunidades y empoderamiento económico en el país.

En este contexto, nuestra Compañía seguirá promoviendo iniciativas anti discriminación. Una muestra de este compromiso es que aplicamos criterios estrictamente objetivos en materia de remuneraciones y movilidad interna, sobre la base de las bandas salariales establecidas, en el primer caso, y el mérito de la trabajadora o el trabajador, en el segundo.

Este año también suscribimos el **Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil**, que reconoce en el desempleo juvenil un gran desafío

para la sociedad y en cuya solución la industria asume un rol importante. A través del acuerdo, las compañías adherentes se comprometen a desarrollar una serie de iniciativas conjuntas para crear oportunidades laborales significativas y ayudar a más de 17

mil jóvenes, en las comunidades donde operan, a prepararse para el mundo laboral.



Evaluación de Desempeño

Indicador GRI 404-3

En CCU la evaluación de desempeño forma parte de su cultura organizacional lo que nos permite tener una amplia cobertura de este proceso alcanzando prácticamente al 100%. Esta medición formal se lleva a cabo una vez al año y cada seis meses se realiza un feedback, con la finalidad de que el trabajador conozca sus avances,

oportunidades de carrera, el grado de ajuste a los valores y normas, los espacios que tiene por mejorar, entre otros aspectos. Nuestro Sistema de Gestión del Desempeño contempla que el trabajador pueda hacer las observaciones que estime conveniente a la evaluación, mediante un proceso normado y transparente.

Los requisitos a cumplir para ser evaluado son: contar con contrato indefinido y tener una antigüedad mínima de seis meses en la Compañía.

Proceso de Evaluación de Desempeño 2016 - 2017 (*)

Categorías Laborales	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
Gerentes	96%	100%	97%	97%	100%	98%
Subgerentes	93%	93%	93%	97%	96%	97%
Profesionales y técnicos	91%	88%	90%	96%	93%	95%
Empleados, operarios y vendedores	93%	88%	92%	96%	90%	96%
Total	92%	88%	92%	96%	92%	95%

(*) Trabajadores evaluados a marzo de 2017 que cumplen con los requisitos señalados.

Movilidad y Promoción Interna

Indicadores DSML.16 y DSML.17

La movilidad interna permite promover el desarrollo de los trabajadores que tienen un alto desempeño. Este indicador se mide como el porcentaje de nombramientos de Gerentes y Subgerentes que corresponden a promoción interna. En este ámbito los nombramientos alcanzaron un 80,6% durante el año 2017.

% de Movilidad Interna de Gerentes y Subgerentes 2017

Unidad de negocio	Mujeres	Hombres	Total
CCU S.A.	25,0%	50,0%	75,0%
CCU Chile	8,3%	79,2%	87,5%
VSPT Wine Group	15,4%	53,8%	69,2%
Compañía Cervecería Kunstmann	0,0%	0,0%	0,0%
Compañía Písquera de Chile (CPCh)	20,0%	80,0%	100,0%
Manantial S.A.	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	14,3%	66,3%	80,6%

Por su parte, las promociones internas se realizan a través de concursos internos, en los que se invita a postular a los trabajadores que cumplan con los requisitos solicitados para el cargo, que tengan un mínimo de dos años de antigüedad en su actual función y un buen desempeño.

Las promociones se definen como los cambios de cargo con aumento de nivel jerárquico o cambio de función con aumento de remuneración. En el año 2017 las promociones representaron un 9,3% de la dotación consolidada de CCU.

% Promoción interna por Unidad de Negocio 2017

Unidad de negocio	Mujeres	Hombres
CCU S.A.	17,6%	11,2%
CCU Chile	10,8%	10,0%
VSPT Wine Group	6,5%	5,5%
Compañía Cervecería Kunstmann	9,1%	3,1%
Compañía Písquera de Chile (CPCh)	18,8%	14,9%
Manantial S.A.	1,1%	5,2%
TOTAL	9,7%	9,2%

Promoción Interna por Categoría Laboral y Género 2017

Categoría Laboral	Femenino	Masculino
Gerentes	16,7%	14,5%
Subgerentes	18,9%	16,1%
Profesionales y técnicos	11,9%	14,2%
Empleados y Operarios	4,7%	7,2%
TOTAL	9,7%	9,2%



Fomentando una mejor calidad de vida

Indicador GRI 401-2

A través del programa CCU en Equilibrio, se reúnen los beneficios e iniciativas a disposición de los trabajadores para mejorar su calidad de vida a través cuatro pilares: Bienestar, Familia y Entorno, Orientación al Mercado y Desarrollo Personal.



Programa CCU en Equilibrio



Bienestar

Son beneficios e iniciativas que apuntan a aumentar el bienestar físico, psicológico y social en el lugar de trabajo.



Familia y Entorno

Son beneficios e iniciativas que incentivan la vida familiar y la relación responsable con el entorno social y ambiental.



Orientación al Mercado

Son beneficios e iniciativas que apuntan a posicionar a nuestros consumidores como foco central en el quehacer diario, que fomentan los procesos de innovación y la pasión por nuestras marcas.



Desarrollo Profesional

Son beneficios e iniciativas que permiten ampliar las oportunidades de desarrollo y crecimiento personal más allá de lo laboral.

Principales Beneficios CCU

Nombre de los beneficios	Descripción de los beneficios
Seguro de Vida, Catastrófico y Oncológico	Disponible para todos los trabajadores, cancelado en un 100% por la Compañía, con cobertura catastrófica y oncológica.
Seguro Complementario de Salud, Dental y Catastrófico	Seguro complementario de salud cofinanciado entre el trabajador y la Compañía, que cubre un % de lo no cubierto por el plan de Isapre o Fonasa.
Bienestar Social	Su objetivo es apoyar a todos los socios y sus cargas en sus necesidades médicas, sociales o económicas.
Programa de Becas y Excelencia Académica CCU TE APOYA	Destaca el rendimiento de los alumnos con nota superior a 6,5 al finalizar el ciclo de enseñanza básica y media, además de brindar apoyo económico para quienes ingresan por primera vez a las universidades.
Portal de Ventas al personal	Precio preferencial en la compra de productos de la compañía a través del portal de Ventas CCU.
Caja de Navidad	Caja navideña con productos de la empresa y otros.
Regalo de Navidad para hijos	Entrega de regalo/giftcard a los hijos de los trabajadores hasta los 12 años de edad.
Reconocimiento Espíritu CCU	Reconocimiento por representar la Misión y Valores de la Compañía.
Reconocimiento Antigüedad	Reconocimiento a la trayectoria.
Día libre por cumpleaños	Día libre en el mes del cumpleaños del trabajador.
Feria de la Salud	Evaluaciones preventivas de salud una vez al año.
Portal de descuentos	Precios preferenciales en distintos comercios del mercado.
Accesos a eventos auspiciados por las marcas	Sorteos de entradas o acceso gratuito a eventos auspiciados por las marcas.
Cooperativa ahorro, crédito y servicios financieros	Su objetivo es apoyar en sus necesidades y aspiraciones económicas de todos los socios.
Licencia de pre y post natal	Pago de sueldo completo en período de pre y post natal.
CCU Flex	Jornada reducida los viernes del año.
Flexibilidad de horario el primer día de clases de los hijos	Trabajadores que tengan hijos en preescolar o primer ciclo de enseñanza básica.
Sala Cuna	El pago de la Sala Cuna hasta los 2 años de edad.

Además de estas iniciativas, destacan las actividades semanales de "Tu Espacio CCU": gimnasia de pausa, pilates, Come Sano y masoterapia.



Programa CCU Te Apoya

Con un desayuno en el Edificio Corporativo se llevó a cabo la octava versión del Programa CCU Te Apoya, donde se reconoció a cada uno de los premiados y sus familias. Este año se entregaron 14 becas para estudios superiores y 37 computadores.

El programa comenzó en 2010 y busca reconocer la excelencia académica de los hijos de los trabajadores a través de dos instancias: Entrega de Becas de Estudios Superiores y Reconocimiento al Desempeño Escolar.

Además, en las distintas unidades de la Compañía, se premió a un total de 37 alumnos de Enseñanza Básica y Media con el Reconocimiento al Desempeño Escolar, entregándoles un diploma y un notebook por haber logrado un promedio igual o mayor a 6,5 durante una de estas etapas escolares.

A la fecha, se han entregado 295 computadores y 75 becas de estudios superiores gracias al programa.

Clima Laboral

Indicadores DSCL.14, DSCL.15

La Encuesta 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.

Medimos ocho dimensiones de Clima Organizacional, donde cada una contiene entre una y tres afirmaciones, de un total de 18 que componen el cuestionario.

Dimensiones Evaluadas en la Encuesta de Clima Laboral

Dirección y Alineamiento

Aspectos de mi trabajo

Actitud hacia la Compañía

Gestión, Departamento y Equipo

Desarrollo y Reconocimiento

Sistemas de Comunicación

Calidad de Vida

Calce Cultural

El resultado 2017 a nivel corporativo en Chile fue de un 78%, superándose la meta interna establecida por la Compañía.

Todas las dimensiones y afirmaciones subieron o se mantuvieron con respecto a 2016. Destaca la dimensión de Dirección y Alineamiento (87%) y a nivel de afirmaciones, el Orgullo de pertenecer a CCU (87%) se mantiene como el elemento mejor evaluado. Resalta el alza de la afirmación sobre las Condiciones de Seguridad al interior de la Compañía (+4). Como oportunidades de mejora, se encuentran las afirmaciones que hacen referencia al reconocimiento y posibilidades de desarrollo existentes.

También destacamos la Satisfacción que tienen los trabajadores con la empresa (84%), en esta pregunta específica, superando la meta que era de un 76%. Esta pregunta nos permite medir el compromiso que tienen los trabajadores con la organización.

Resultados de la Medición de Clima Laboral

IGC* Unidades de Negocios	2016	2017
CCU Chile	76%	80%
CCU S.A.	82%	81%
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	65%	80%
Compañía Cervecera Kunstmann	65%	61%
VSPT Wine Group	73%	73%
Manantial S.A.	73%	67%
Consolidado	75%	78%

* IGC: Índice Global de Clima Organizacional.

Las acciones transversales que se realizaron tras los resultados consistieron en:

Sistemas de Comunicación

1. Red de corresponsales: Incentivar la participación de personas de diferentes áreas de trabajo en todo el país para que informen sobre las novedades de sus zonas con el objetivo de alimentar los medios internos fomentando el sentido de pertenencia y el alineamiento interno.

2. Mailing Supervisor directo: Canal de comunicación que busca empoderar a las jefaturas en su rol comunicador a través de información directa sobre temas de RR.HH, iniciativas que se estén desarrollando, lanzamiento productos, entre otros.
3. Pantallas: Potenciar esta herramienta donde ya existía e implementarlas en los lugares que no tenían. Las pantallas informan de noticias, cumpleaños e información de la compañía y de las marcas.
4. Aplicación web de Intranet: Creación una aplicación de Intranet para llegar a más destinatarios. Fue creado para que los trabajadores que no se desempeñan frente a un computador también puedan acceder a la información.
5. Noticias de alcance regional: Informar en Chile sobre noticias de las operaciones de CCU en otros países, a través de la contraparte en cada unidad de negocios.

Desarrollo y Reconocimiento

En esta dimensión se consideran algunos programas previamente detallados en el contenido de Desarrollo Laboral (Rutas de Aprendizaje y Train de Trainers).

1. Programa Te Reconozco: Potenciar el programa en lugares donde ya existía e implementarlo en otras unidades.
2. Rutas de aprendizaje del área Industrial y Logística: Fueron creadas para garantizar una metodología estructurada de formación, basándose en las oportunidades de mejora y con el fin de cerrar las brechas identificadas.
3. Train de Trainers: Desarrollar a nuestros vendedores en habilidades y competencias claves del negocio y entrenamiento continuo para mejorar la ejecución comercial del vendedor.
4. Trainee de Marketing: Generar una estructura de formación sustentable en el tiempo que potencie competencias, desarrolle habilidades y mantenga actualizados los conocimientos de los profesionales del área de Marketing.



Diálogo y Participación

Indicadores GRI: 102-41, 407-1, FP3

En CCU respetamos la libertad de asociación, en el marco de nuestras convicciones, principios y adhesiones a buenas prácticas internacionales en materia laboral y de sustentabilidad. Tenemos el firme compromiso de mantener una buena relación con nuestros sindicatos, proponer y superar en conjunto con los trabajadores los cambios y desafíos futuros, siempre en forma proactiva.

Contamos con 45 sindicatos y una tasa del 58% de trabajadores sindicalizados, los cuales representan un 69% del total de trabajadores cubiertos por contratos colectivos. Con relación a 2016, la cantidad de sindicatos se mantuvo, pero los trabajadores sindicalizados y cubiertos por contratos colectivos registraron leves aumentos.

Sindicalización y Cobertura por Convenios Colectivos

Compañías	2016			2017		
	N° de Sindicatos	% Trabajadores Sindicalizados	% Trabajadores cubiertos por convenios colectivos	N° de Sindicatos	% Trabajadores Sindicalizados	% Trabajadores cubiertos por convenios colectivos
CCU S.A.	1	5%	10%	1	4%	6%
CCU Chile	34	65%	78%	33	69%	76%
VSPT Wine Group	6	45%	61%	6	46%	60%
Compañía Cervecería Kunstmann	3	54%	63%	3	51%	65%
Compañía Písquera de Chile (CPCh)	1	45%	65%	1	63%	62%
Manantial S.A.	0	0%	0%	1	40%	78%
Total	45	53%	66%	45	58%	69%

Nuestra relación sindical se lleva a cabo mediante reuniones ampliadas que se realizan en forma periódica donde se invita a la gerencia a escuchar todas las preocupaciones que tienen los trabajadores. Además de estas instancias, existe contacto permanente, conforme a nuestra política de puertas abiertas con los sindicatos. En este punto se destaca que el Gerente General de la Compañía se reúne una vez al año con las Federaciones para presentarles el Plan Estratégico de CCU y también para relevar inquietudes en diversos temas de interés.

En las reuniones sindicales los principales temas abordados son rentas, planes de carrera y desarrollo de los trabajadores e incentivos. Durante 2017 se concretaron 23 negociaciones colectivas y todas culminaron exitosamente en las mesas de trabajo. Por lo tanto, no hubo conflictos con los sindicatos.

Equidad salarial

Indicadores GRI: 102-35, 102-36, 102-37, 202-1, 405-2

En este importante ámbito, aplicamos criterios probados y objetivos para la administración de las distintas estructuras de remuneraciones, no existiendo discriminación de ningún tipo, con el fin de cautelar la equidad interna y la competitividad externa de la Compañía, definidas según los siguientes grupos:

- 1) Para el personal Ejecutivo y Profesional las estructuras de remuneraciones se definen en base a una evaluación de cargos que determina metodológicamente la contribución o valor del cargo para la organización, derivando en bandas salariales internas que se construyen en función de encuestas de mercado. De esta manera garantizamos una administración de compensaciones no discriminatoria.

La compañía otorga a los gerentes, ejecutivos principales y a los profesionales y técnicos, un único bono anual de carácter facultativo, discrecional y variable, no contractual, que se asigna sobre la base del grado de cumplimiento de metas individuales y corporativas, y en atención a los resultados del ejercicio.

Los esquemas de remuneración variable no consideran incentivos de largo plazo de ninguna especie.



- 2) Para el personal que negocia colectivamente las estructuras de remuneraciones se definen en base a los valores de mercado y en materia de beneficios y reajustes salariales en el marco de las negociaciones colectivas.

Relación de Salarios de hombres y mujeres

Como promedio en la Compañía, existe una relación del salario base de mujeres frente a hombres de 1 a 1, esto significa que en CCU no existen diferencias salariales entre hombres y mujeres que desarrollan funciones similares y que están dentro de un mismo tramo de antigüedad.

Relación Salario mínimo local

Respecto a la comparación de los salarios que otorga nuestra Compañía frente al sueldo mínimo local, los salarios mínimos tienen una relación de 1 a 1. Ahora bien, los trabajadores que reciben el salario mínimo en CCU, corresponde a nuevas contrataciones que cumplen labores menores. De todos modos, a este salario se le suman otros haberes, lo que incrementa hasta en un 45,2% el promedio del salario total.



En 2017 obtuvimos el premio Impulsa Talento Femenino por la destacada gestión en temas de género en CCU.

Excelencia Operacional

Indicador CCU1



En CCU creemos que los desafíos de sustentabilidad están estrechamente relacionados con el hecho de vivir una cultura organizacional orientada a la mejora continua. En este sentido, el sistema Total Productive Management (TPM), que en 2017 cumplió una década de implementación, es más que una metodología, pues desde sus inicios apuntó a instaurar una forma de trabajo involucrando a toda la organización, para identificar y resolver eventuales pérdidas a lo largo del ciclo productivo, donde la seguridad de las personas ha sido la primera prioridad.

TPM se orienta a la eficiencia de los procesos, en un contexto de cada vez mayor complejidad y competencia en toda actividad productiva. El propósito general consiste en hacer de CCU una empresa de Clase Mundial, es decir, una empresa que aprende de las mejores prácticas, se enfoca a resultados y metas desafiantes, haciéndolos sustentables; que incorpora un sentido autocrítico, que desarrolla equipos y fomenta el auto-liderazgo. Asimismo, una empresa de Clase Mundial desarrolla estándares a la medida, pensando siempre en la excelencia y en la necesidad de erradicar las pérdidas en sus procesos.

De esta manera, TPM opera fortaleciendo la cultura del liderazgo y el alto desempeño, alineada a los valores y el Plan Estratégico de la Compañía. Se trata de promover un enfoque de mejora continua que impacte en el negocio, en los resultados, en las personas y en la cultura de trabajo. En este contexto, la metodología TPM contempla los pilares de Seguridad, Desarrollo de Personas, Calidad, Mantenimiento Autónomo, Control de Activos, Mejora Enfocada, Logística, Gestión Temprana del Equipamiento y 5S (ver gráfica), en cuya base están precisamente los objetivos macro de Liderazgo y Gestión del Cambio. Cabe señalar que, al tratarse de un sistema escalable, los pilares de Logística y Gestión Temprana aún no se implementan.

Tras un período de transición 2014-2016, orientado principalmente a las metas de seguridad, durante 2017 el sistema TPM continuó con su fase de expansión en la cual se implementaron nuevas herramientas y pilares de trabajo.

El gran objetivo hoy consiste en alcanzar una Gestión Total Productiva de Clase Mundial con Cero Pérdidas en cinco dimensiones:

Cero Accidentes: Cero riesgos, Cero conductas inseguras, Cero accidentes.

Cero Defectos: Cero reclamos, Cero desviaciones de productos y materiales, Cero pérdidas de materiales.

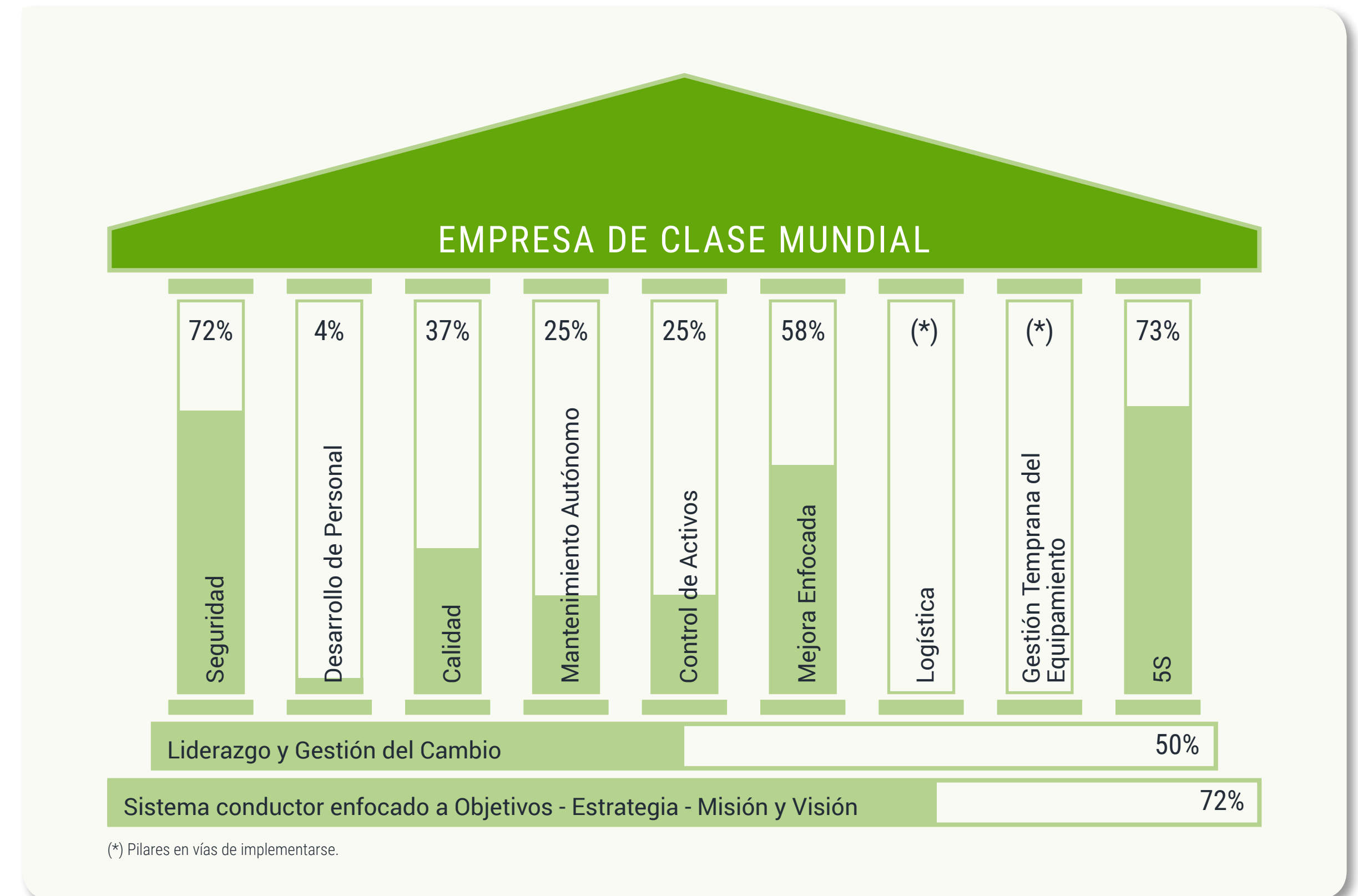
Cero Fallas: Cero intervenciones en máquinas durante la producción, Cero gastos extra en mantenimientos, Cero pérdidas de tiempo, Cero prisas.

Cero Desperdicios: Cero pérdidas de producto, Cero horas extra, Cero fugas de agua, Cero fugas de vapor, Cero desperdicios de energía eléctrica y de CO₂.

Cero Brechas en Competencias: Cero personal desmotivado, Cero personal no reconocido.

Como se ha señalado, entre los principales impactos de la aplicación de este sistema están sus aportes a la mantención del control en las operaciones, un ambiente de trabajo agradable, ordenado, con autodisciplina y alto desempeño.

Cada pilar del sistema TPM es evaluado de manera anual por medio de una auditoría que incluye los elementos clave para la mejora



continua. De acuerdo con la auditoría realizada entre noviembre y diciembre de 2017, el nivel de cumplimiento en la implementación de los pilares que conforman TPM es el siguiente:



En virtud de las cifras 2017, cabe destacar que el pilar Seguridad tuvo un alza del 18% respecto de 2016, con un nivel de cumplimiento del 72%. Asimismo, el pilar Calidad alcanzó un 37% de cumplimiento este año, lo que representa un 42% por sobre 2016. También destacan el pilar Mejora Enfocada, con un 58% de cumplimiento en 2017, un 262% más respecto del año pasado; los pilares Mantenimiento Autónomo y Control de Activos, ambos con un nivel de cumplimiento del 25% y un alza de un 79% en relación con 2016; y el pilar 5S, cuyo 73% de avance representa un 18% más en relación con el período anterior.

Por otra parte, por primera vez se obtiene una evaluación del Pilar Desarrollo de Personas, con un resultado de un 4% en su nivel de cumplimiento.

Además, Liderazgo y Gestión del Cambio alcanzó un nivel de cumplimiento de un 50%, lo que significa un avance de un 85% comparado con 2016 (año en que obtuvo un 27% de cumplimiento, de acuerdo con la cifra actualizada). En tanto, el Sistema Conductor enfocado a Objetivos, Estrategia, Misión y Visión experimentó un alza relevante del 157% comparado con 2016, con un nivel de cumplimiento del 72%.

Estos resultados reflejan cómo ciertas herramientas reforzadas en 2017 comienzan a dar frutos. Por una parte, nos referimos a los Mini-proyectos en los que participan trabajadores de diferentes equipos para contribuir a la sustentabilidad medioambiental, con el objetivo específico

de resolver problemas crónicos básicos, tales como disminuir fuentes de suciedad en toda una línea o mitigar y resolver fugas para que no vuelvan a ocurrir. Por otra, está la herramienta de kaizens, orientada a resolver problemas crónicos complejos: disminuir mermas de producto o de materiales, para lo cual se analiza en detalle, a objeto de conseguir los datos necesarios para que este problema no vuelva a ocurrir.

También se fortaleció la herramienta de las 5S, cuyo objetivo es resolver la causa raíz de problemas puntuales para que no vuelvan a ocurrir, según las siguientes directrices: Eliminar-Clasificar en el área de trabajo todo aquello que no sea necesario (Seiri); Orden, para que los sistemas de almacenamiento sean eficientes y efectivos (Seiton); Limpieza, como proceso posterior a la remoción de basura (Seiso); Estandarizar las mejores prácticas en la sección de trabajo (Seiketsu), y finalmente, Disciplina para establecer normas y estándares en la sección de trabajo (Sitsuke).

Al respecto, destacamos dos importantes logros de la línea Hotfill y Planta de Aguas de nuestra Planta de Temuco. En primer lugar, se alcanzó la meta de cero fuentes de suciedad, un aspecto relevante del proceso de mantenimiento autónomo. Junto con demostrar el compromiso de los trabajadores, este hito se traduce en mejores condiciones de trabajo y la disminución de los tiempos requeridos para limpieza. Así, ya son tres las áreas de Planta Temuco que cumplen con este objetivo, dado que en 2016 la Línea de Latas se convirtió en el primer equipo de la Compañía en alcanzar cero fuentes de suciedad.

En segundo término, hubo disminuciones en el consumo de energía eléctrica y agua, pasando este último de 210 m³ a 105 m³/semana. De esta manera es factible apreciar cómo, a partir de un enfoque integral, TPM ha permitido gestionar aspectos críticos del proceso productivo, desde la sensibilización de todos los trabajadores en materia de autocuidado, hasta el cuidado de la infraestructura, las eficiencias, los costos y el medioambiente.

Seguridad y Salud Ocupacional

Indicadores GRI 403-1, 403-2, 403-3



Como señalamos, en nuestra Compañía existe un Cultura de Seguridad que promueve el autocuidado bajo la política de "cero accidentes" y que involucra a todos los niveles de la organización, bajo el Sistema TPM.

Fruto del compromiso de todos con estas directrices, durante 2017 no hubo accidentes con fatalidades. Los accidentes más comunes que se registran dentro de la organización, tanto para trabajadores contratistas como propios son: golpes, caídas, torceduras, cortes, atrapamiento y atropello/choque con vehículos.

Para mantener un entorno óptimo, es decir, exento de accidentes o con riesgos minimizados en términos de enfermedades profesionales trabajamos arduamente para mantener una correcta iluminación en los lugares de trabajo y realizamos mantenciones periódicas a los sistemas de aire acondicionado, entre un sinnúmero de acciones que contextualizamos en el contenido dedicado a la herramienta TPM.

Como aliado clave de los objetivos de seguridad y salud ocupacional, los Comités Paritarios representan al 93% de los trabajadores en Chile, por lo tanto, funcionan en todos los niveles de la organización. El 7% restante no se encuentra cubierto, porque no se cumple con el mínimo para formar un Comité (son equipos reducidos de trabajadores).



Centro de Distribución Talcahuano Recibe Certificación Oro del Comité Paritario

La Mutual de Seguridad de la Cámara Chilena de la Construcción (CChC) otorgó al Centro de Distribución de Talcahuano la Certificación Oro del Comité Paritario, la más alta para estos efectos. Esto gracias al trabajo en equipo con el personal, comprometiéndolo a realizar un trabajo bien hecho y de forma segura, por el bien de todas las personas que trabajan en el Centro de Distribución.

Se trata de un modelo de certificación que apoya el mejoramiento continuo del Comité Paritario, garantizando el cumplimiento de la normativa legal vigente y permitiendo la adopción de efectivos métodos de control de los riesgos en el trabajo.

Este reconocimiento le permite al CD de Talcahuano fortalecer la cultura de seguridad, aprovechar las mejores ideas y prácticas, y apoyar la disminución de los indicadores de accidentabilidad.

Cobertura de Comités Paritarios

Compañías	2016				2017			
	Nº de trabajadores representados en el comité	% de trabajadores representados en el comité	Nº de participantes trabajadores	Nº de participantes directivos	Nº de trabajadores representados en el comité	% de trabajadores representados en el comité	Nº de participantes trabajadores	Nº de participantes directivos
CCU S.A.	370	6	6	6	363	6	6	6
CCU CHILE	3.202	50	162	162	3.645	56	294	294
VSPT Wine Group	1.625	25	60	60	1.576	24	48	48
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	130	2	12	12	146	2	18	18
Compañía Cervecera Kunstmann	119	2	6	6	125	2	6	6
Manantial S.A.	182	3	6	6	183	3	6	6
TOTAL	5.628	87	252	252	6.038	93	378	378

Tasa de Frecuencia de Accidentes por Género y Unidades de Negocio(*)

Compañías	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	0,00	2,75	1,14	0,00	0,00	0,00
CCU CHILE	6,42	1,41	6,04	6,02	4,04	5,86
VSPT Wine Group	9,06	5,24	8,08	5,32	0,00	3,63
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	9,06	11,95	9,44	3,81	0,00	3,29
Compañía Cervecera Kunstmann	4,81	14,26	7,20	4,46	18,98	7,22
Manantial S.A.	24,68	0,00	18,85	16,52	5,25	13,61
Total	7,53	3,84	6,97	6,02	2,27	5,44

(*) La fórmula utilizada es: ((Nº de lesionado total) / (HH efectivamente trabajadas)) * 1.000.000 de horas. Tasas para trabajadores propios.

Tanto en 2017 como 2016, en CCU S.A., en la Compañía Pisquera de Chile (CPCh), en la Compañía Cervecera Kunstmann y Manantial no se registran trabajadores con enfermedades profesionales.

Las actividades con mayor incidencia o riesgo elevado de generar enfermedades se encuentran principalmente en las áreas de procesos productivos como, por ejemplo, la alta exposición a ruido, enfermedades por contacto con productos químicos y enfermedades TMERT (Trastorno Musculoesquelético Extremidades Superiores Relacionados con el Trabajo).

Los tipos de enfermedades que se registran habitualmente y las respectivas acciones que se llevan a cabo para contrarrestar su incidencia son:

- a) **Postura disergonómica:** Sobreesfuerzo físico, debido al tiempo de exposición a manejo manual de cargas. Se han realizado las siguientes actividades para mitigar su incidencia: Capacitación del manejo manual de cargas, Señalización del riesgo, Establecimiento de pausas para el trabajo, Procedimientos del manejo correcto de cargas, Implementación de grúas horquillas y transpaletas (ayudas mecánicas), Reducción del peso de los productos sobre 25 kg (en virtud de la nueva "Ley del Saco").
- b) **Enfermedad Profesional de Salud Mental:** En estos casos se ha hecho la gestión en virtud del Programa de Vigilancia de Riesgos Psicosociales, aplicando la encuesta Suseso-ISTAS21 completa y su seguimiento.
- c) **Hipoacusia Neurosensorial:** Sordera profesional por exposición a ruidos.

Tasa de Incidencias de Enfermedades Profesionales por Género y Unidades de Negocio. (*)

Compañías	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU CHILE	0,11	0,00	0,11	0,35	2,69	0,54
VSPT Wine Group	0,00	0,00	0,00	0,59	0,00	0,40
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Compañía Cervecera Kunstmann	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Manantial S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	0,08	0,00	0,06	0,33	0,91	0,42

(*) La fórmula utilizada es: ((Nº de casos con enfermedades profesionales) / (HH efectivamente trabajadas)) * 1.000.000 de horas. Tasas para trabajadores propios.

Exposición a Riesgos	N° de Trabajadores Expuestos
Exposición a Ruido	1.066
Exposición a Químicos	200
Exposición a TMERT	195
Exposición a Sobreesfuerzo	57
Exposición a Radiación UV	45

Tasa de Días Perdidos por Género y Unidades de Negocio. (*)

Compañías	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	0,00	13,77	5,68	0,00	0,00	0,00
CCU CHILE	73,39	30,93	70,19	68,81	79,42	69,66
VSPT Wine Group	220,65	28,32	171,27	340,77	63,40	252,53
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	594,42	11,95	517,73	11,44	0,00	9,88
Compañía Cervecera Kunstmann	38,51	28,53	35,99	26,76	151,87	50,56
Manantial S.A.	689,19	0,00	526,24	319,46	26,27	243,54
Total	146,64	24,31	128,29	112,51	55,39	103,63

(*) La fórmula utilizada es: ((N° de días de ausencia) / (HH efectivamente trabajadas)) * 1.000.000 de horas. Tasas para trabajadores propios.

Tasa de Ausentismo Laboral por Género y Unidades de Negocio. (*)

Compañías	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	0,09%	0,47%	0,24%	1,47%	2,08%	1,72%
CCU CHILE	2,22%	5,71%	2,49%	2,81%	3,7%	2,88%
VSPT Wine Group	1,94%	4,36%	2,56%	3,87%	6,2%	4,61%
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	1,67%	0,97%	1,58%	1,14%	0,28%	1,02%
Compañía Cervecera Kunstmann	0,83%	2,55%	1,26%	1,17%	2,68%	1,46%
Manantial S.A.	3,04%	9,00%	4,45%	2,29%	9,65%	4,19%
Total	2,07%	4,31%	2,41%	2,77%	4,70%	3,07%

(*) La fórmula utilizada es: ((HH de ausencia) / (HH presupuestadas)) * 100. Tasas para trabajadores propios.

Tasas de Accidentabilidad Trabajadores Contratistas

Tasa de Frecuencia de Accidentes por Género y Unidades de Negocio. (*)

Compañías	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CCU Chile	4,06	9,20	5,64	6,28	6,01	6,26
VSPT Wine Group	8,60	0,0	8,46	1,26	0,0	1,15
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Compañía Cervecera Kunstmann	9,36	0,0	9,36	8,11	0,0	8,11
Manantial S.A.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	4,96	7,20	5,54	5,79	4,86	5,69

(*) La fórmula utilizada es: ((N° de lesionado total) / (HH efectivamente trabajadas)) * 1.000.000 de horas. Tasas para trabajadores contratistas. En las tasas informadas para el año 2016 no estaban incluidos los Contratistas de TCCU.

Tasa de Días Perdidos por Género y Unidades de Negocio. (*)

Compañías	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CCU Chile	273,38	86,77	216,23	80,47	47,11	77,11
VSPT Wine Group	77,39	0,0	76,13	18,91	0,0	17,30
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Compañía Cervecera Kunstmann	51,49	0,0	51,49	40,55	0,0	40,55
Manantial S.A.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	186,77	67,90	156,31	72,77	38,05	69,02

(*) La fórmula utilizada es: ((N° de días de ausencia) / (HH efectivamente trabajadas)) * 1.000.000 de horas. Tasas para trabajadores contratistas. En las tasas informadas para el año 2017 sí se incluye Transportes CCU, pero no están incluidos los Transportistas (Choferes y asistentes).

Logística y Distribución

Indicadores GRI: 102-9, 102-10.

Más allá de la importante función que la Gerencia de Logística cumple en el proceso productivo de nuestra Compañía, esta área también tiene un rol fundamental desde el enfoque de la sustentabilidad y los compromisos asumidos en materia de Personas, Planeta y Productos.

Junto con la responsabilidad de transportar todos los productos CCU, desde las plantas hacia los centros de distribución y luego entregarlos para su comercialización en perfectas condiciones, Logística vela por temas de seguridad en las plantas, los 25 centros de distribución desplegados desde Arica a Coyhaique y en la red de camiones, incluyendo los de gran tonelaje que circulan por carreteras. Si bien esta flota de transporte es propiedad de terceros, en CCU somos responsables de su operación (Transportes CCU), conforme a las condiciones y estándares acordados.

La red ha continuado creciendo, pues en 2017 culminó la construcción del Centro de Distribución de la ciudad de Los Ángeles, VIII Región, y comenzó la del Centro de Distribución ubicado en la zona industrial de la Comuna de Renca. Cabe recordar que contamos con dos Centros de Transferencia: en San Antonio y Villarrica.

La cadena de distribución directa al comercio se gestiona a través de intermediarios, siendo alrededor de 1.500 camiones de distinto formato, que portan la imagen de nuestra marca CCU y se relacionan en el entorno de nuestros clientes y consumidores. Por lo tanto, conscientes de esta responsabilidad, nos hacemos cargo de todo el proceso, desde el punto de vista operativo y sus potenciales impactos.

A lo largo de esta compleja cadena, en la dimensión de Personas, nos involucramos con alrededor de seis mil trabajadores (sumando instalaciones y flota de transporte) y, como señalamos, debemos preocuparnos de que desarrollen sus actividades de manera segura, capacitarlos en una cultura preventiva y proveer condiciones que permitan que estén contentos y puedan desarrollarse.

En este sentido, nos planteamos la exigencia de tener vehículos con un rango no mayor a cinco años de antigüedad. Con eso nos aseguramos contar con una flota que cumple la norma más alta en este terreno. No preocupamos que sean lo más ergonómicos posible o que generen la mejor interacción física con la persona, pues van a pasar la mayor parte del tiempo en ese medio (operadores de grúa, choferes y ayudantes). Tenemos acceso a la mejor infraestructura en este tema, procedente de proveedores especialistas en el rubro (de Brasil y EE.UU.), con carrocerías que utilizan cortinas de aluminio, cabinas más bajas y eso las hace óptimas para este tipo de labores.

Transporte Sustentable

Indicador CCU2

Respecto de la dimensión Planeta, quisiéramos destacar que también hemos avanzado en tecnologías más eficientes y amigables con el medioambiente. Desde hace algunos años operamos en gran parte con grúas 100% eléctricas y hoy la gran mayoría de nuestros centros de distribución funcionan en base a energía eléctrica en sus servicios (artefactos de cocina, calefacción y baños), además de contar con luminaria LED.

Como vemos, en este ámbito es donde los lineamientos de nuestra Estrategia de Sustentabilidad y la Visión Medioambiental 2020 de CCU también se plasman desde Logística. Así, en 2017 dimos otro paso significativo que nos enorgullece, al incorporar cuatro vehículos eléctricos a nuestra flota de distribución en el centro de Santiago.

Se trataba de un gran desafío no solamente para la empresa, sino también para los clientes, las autoridades y los vecinos, pues involucra la voluntad y la búsqueda del "óptimo global" por sobre lo individual, donde la capacidad de llegar a un consenso era fundamental.



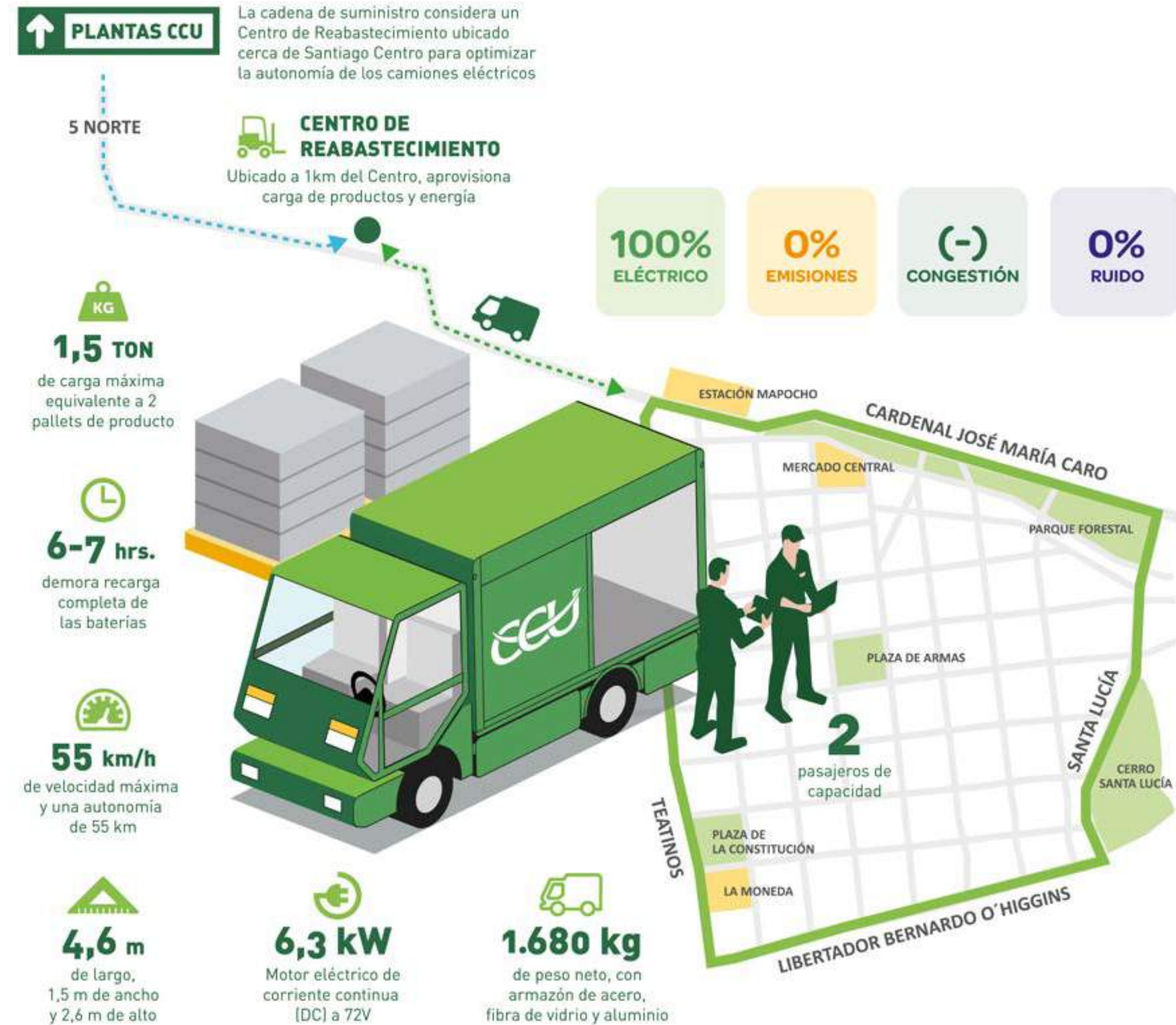
Entonces, nos acercamos a la Municipalidad de Santiago y, en línea con su objetivo de ser una comuna más sostenible, en términos de descontaminación, limpieza, seguridad, entre otros, planteamos la idea de llegar con nuestros productos sin afectar esos aspectos. Fue así como propusimos operar vehículos eléctricos de menor tamaño que reducen la congestión, no emiten ruidos ni CO₂, para el reparto en el perímetro céntrico.

Como estos vehículos requieren una importante inversión y tienen menos capacidad de carga y autonomía, consultamos la posibilidad de homologarlos, con el fin de no tener las restricciones de acceso, horarios y áreas de estacionamiento del centro de Santiago. Trabajamos en conjunto con el municipio durante dos años este proyecto y finalmente obtuvimos la autorización.

Así, en agosto de 2017 entraron en operación los cuatro vehículos ecológicos que hoy distribuyen nuestros productos en ese sector, lo que constituye un avance inédito, demostrando cuán vital resulta el diálogo y un enfoque de colaboración al momento de poner en marcha iniciativas orientadas no sólo a mitigar impactos, sino a transformarlos en efectos positivos para todos.

Este proyecto marca el inicio de un proceso de reconversión tecnológica en nuestra Compañía y obtuvo el VIII Reconocimiento Ambiental 2017, otorgado por el Comité de Clima, Energía y Agua de la Cámara Chileno Británica de Comercio, en la categoría Huella de Carbono.

Flota de Camiones Eléctricos CCU



Altos Estándares Operativos

Los Centros de Distribución CCU cuentan con la certificación del Sistema de Gestión Trinorma (ISO22000; ISO 14001 y OHSAS 18001), en el marco del sistema Total Productive Management (TPM) y nuestro Programa de Buenas Prácticas, siendo objeto de auditorías anuales para garantizar el cumplimiento de normas y estándares asociados a Seguridad y Salud Ocupacional, inocuidad, higiene y medioambiente.

Reciclaje en Plantas

En el marco de nuestra Visión Medioambiental 2020 y la meta de Cero Basura a Relleno Sanitario, en el área de Logística lanzamos una campaña que promueve el reciclaje en las oficinas ubicadas en los Centros de Distribución de Quilicura, Curauma, Llay Llay y Talcahuano, debido al éxito del piloto implementado en Santiago Sur.

Para continuar sensibilizando en torno a nuestro desafío, durante el lanzamiento de la campaña, realizado el 6 de octubre como una forma de conmemorar el "Día Nacional del Medioambiente", implementamos Puntos Verdes al interior de las oficinas, eliminando los papeleros individuales en los puestos de trabajo, y también en el exterior, principalmente, en lugares de tránsito común para que todos los trabajadores puedan traer elementos reciclables desde sus casas.

Cabe señalar que esta iniciativa se ha extendido a las demás instalaciones de nuestra Compañía, incluyendo Casa Matriz.

Además, durante 2017, en la Planta Renca llevamos a cabo la campaña "Reacciona", que busca fomentar el uso racional de agua y energía eléctrica en las instalaciones. A través de folletos educativos, se invitó a los trabajadores a ser parte de esta campaña aportando propuestas sustentables para reducir consumos. Al mismo tiempo, se reforzaron buenos hábitos, tales como apagar la maquinaria al término de la jornada, cerrar la llave de agua y apagar la luz al salir de las oficinas o salas de reunión.

Los avances e indicadores de desempeño en torno a los tres objetivos estratégicos de la Visión Medioambiental 2020 CCU -Emisiones, Agua y valorización de Residuos- se abordarán en el Capítulo Sustentabilidad, sección Medioambiente.



Más cerca de nuestros Clientes

Índice DSCC.18



La dimensión de clientes constituye otro objetivo de nuestro pilar Personas que nos Mueven. Visualizamos esta relación más allá de lo transaccional, pues aspiramos a generar oportunidades de crecimiento conjunto en el largo plazo. Para ello, es indispensable atender los requerimientos y el ciclo de vida del cliente, contribuyendo a que se sientan satisfechos con nuestro servicio, en calidad y oportunidad.

Programa CRECCU: apoyando el emprendimiento

CRECCU es un programa creado por nuestra Compañía en 2010, que entrega oportunidades de crecimiento a través de la asesoría de compra, plazo de pago y financiamiento de capital de trabajo a los pequeños y medianos comerciantes. En CRECCU queremos ayudar a que nuestros clientes puedan desarrollarse y cumplir sus sueños, objetivo en que el compromiso de nuestra fuerza de ventas resulta fundamental.

Considerando que más del 90% de los clientes adheridos a nuestro programa son almacenes, botilleros, fuentes de soda y locales al paso, la misión de CRECCU consiste en apoyar la sustentabilidad del comercio tradicional. En este sentido, también se trata de una iniciativa de innovación social, pues ofrecer una alternativa de financiamiento a plazo al adquirir nuestros productos ha permitido en numerosos casos apalancar emprendimientos en etapas iniciales, cuando más se requiere soporte. Y en etapas posteriores ha sido una ayuda importante para ampliar el portafolio que ofrece este canal.

La posibilidad que les brinda la inclusión financiera del programa es un servicio único y específico de CCU para este segmento y hemos sido testigos de importantes logros y casos de éxito (ver testimonios más adelante).

Con el objetivo de que el beneficio que ofrece el programa sea sostenible en el tiempo y brinde garantías para ambas partes, establecemos ciertos requisitos, entre ellos, antigüedad mínima de cuatro meses como negocio, ser aprobados en la etapa de análisis financiero que llevamos a cabo, por mencionar lo más relevante.

Desde que comenzamos con el programa, la cifra de clientes inscritos ha ido en aumento, tal como lo muestra el siguiente recuadro con los datos para los últimos tres periodos:

N° de Clientes CRECCU

2015	2016	2017
4.678	5.177	7.260

Comparado con 2016, la cantidad de clientes aumentó un 40%. Por otro lado, más del 80% de los clientes CRECCU se concentra en regiones, siendo la ciudad de Concepción la que tiene la mayor cantidad de inscritos. En 2017, CRECCU comenzó a operar en la Región Metropolitana.



A continuación, destacamos las metas de trabajo del Programa CRECCU para 2017.

Focos y Metas de Gestión 2017

Consolidar CRECCU dentro de las operaciones de Chile

- Consolidar la expansión en CRECCU.
- Aumentar la utilización de CRECCU como una eficiente herramienta de venta para apoyar las iniciativas del frente de Eficiencia Comercial (GEF).
- Desarrollar un plan de comunicación a clientes, que muestre los beneficios de CRECCU en el desarrollo de sus negocios, considerando que CRECCU sólo puede rentar al costo de capital y traspasa a clientes rentabilidad mayor.

Inteligencia del financiamiento para Capital de Trabajo

- Desarrollar un modelo de comportamiento crediticio.

Sustentabilidad

- Perfeccionar y profundizar el modelo de cobro en forma directa y/o con apoyo de l área de Crédito y cobro de la Compañía.

Talento

- Completar la estructura de ejecutivos de cuentas a nivel nacional.
- Capacitar en materias de crédito, con una visión de cultura de mercado y promoviendo los Valores Corporativos y de CRECCU.

Testimonio

“Comprar con CRECCU nos ha permitido mantener un stock completo de productos que dura todo el mes, así uno ya no se preocupa de eso y puede trabajar más tranquilo. Con las ganancias que hemos obtenido, hemos arreglado poco a poco nuestro local. Primero, reparamos una pandereta que se cayó en el último terremoto y el próximo año esperamos seguir con el techo”.

Ernesto Rubio, dueño del almacén Ernesto Jesús Rubio González, Rancagua, Región del Libertador Bernardo O’Higgins.

Testimonio

“Ahora tengo más mercadería y los clientes están más contentos. Como antes pagaba en efectivo, no podía comprar tanto y me comentaban cuando faltaba algo. Ahora tengo los cooler llenos y ha llegado más clientela”.

Berta Arriagada, dueña de la botillería La Papaya, Tomé, Región del Biobío.

CRECCU: innovación social y sustentabilidad

El Programa CRECCU tiene un rol social de ayuda al pequeño comercio del rubro, a través de la entrega de un capital de trabajo de bajo costo en comparación con las condiciones del mercado.

En las encuestas realizadas, cerca de un 60% de los clientes activos de CRECCU creen que esta iniciativa les permite “hacer crecer su negocio”.

¿A quién está orientado?

A microempresarios dueños de botillerías, almacenes, fuentes de soda, restaurantes y locales al paso.

¿Qué ofrece?

La oportunidad de abastecerse de productos CCU sin usar dinero en efectivo y con una tasa de 0% interés, si paga dentro de los plazos estipulados en los estados de cuenta.

¿Cuáles son las formas de pago?

1. En cualquier momento. Se pueden realizar abonos de forma diaria, semanal o quincenal. De esta forma se alivia el pago de la cuota completa antes de la fecha estipulada en el estado de cuenta.

2. Pago mensual. El estado de cuenta se emite después del 30 de cada mes, el cual indica la fecha límite de pago. La recomendación es pagar la deuda total facturada para que no genere intereses.

Calidad de Servicio

Indicador CCU3

Durante 2017 se realizaron estudios de satisfacción de clientes en CCU S.A., ECCUSA y Cervecería CCU (Agrupadas en CCU Chile), VSPT, CPCH, Manantial y Transportes CCU. En el caso de Manantial, los estudios de satisfacción de clientes se realizan dos veces al año, en verano e invierno, y en las demás las unidades de negocios los estudios se realizan en forma anual.

Junto con medir satisfacción, también realizamos un estudio de lealtad, que aplica para CCU S.A., ECCUSA y Cervecería CCU (agrupadas en CCU Chile), VSPT, CPCH y Transportes CCU. Para los estudios de lealtad no se establecen metas. Los estudios realizados por Ipsos, tanto de satisfacción de clientes como de lealtad, se llevan a cabo vía telefónica.

Para los estudios de satisfacción de clientes realizados por Ipsos, en 2017 se ajustó la escala, dejando un puntaje entre 0 a 100 (equivalentes a la anterior escala de 1 a 5).

¿Por qué es importante conocer a fondo a nuestros clientes?

CCU Chile: El estudio de Lealtad y Satisfacción que realizamos a nuestros clientes nos permite conocer la percepción de los distintos servicios que prestamos al comercio y es uno de los indicadores que utilizamos para elaborar año a año planes de acción para mejorar nuestro nivel de servicio. Las metas para CCU Chile se encuentran individualizadas por cada unidad de negocios; en el caso de los analcohólicos, la meta para el 2017 fue de un 84,3% y para cervezas fue de un 81%.

VSPT: Junto con detectar los niveles de Satisfacción y Lealtad de nuestros clientes, los estudios nos permiten contar con un modelo para identificar los principales factores que inciden en esas variables. Su objetivo es promover los temas que hacen que nuestros clientes nos prefieran y corregir aquellos que nos pudieran generar distancia. Como meta nos propusimos para 2017 tener un 86% de satisfacción en la medición de clientes.

CPCh: Conocer estos indicadores es muy importante, porque nos permite ver cómo nos está percibiendo el mercado en las distintas dimensiones y da una referencia de qué variables debemos mejorar o potenciar. Para 2017 nos fijamos la meta de un 85,0% de satisfacción de cliente.

Transportes CCU: Este estudio nos permite evaluar nuestro servicio de distribución desde el punto de vista del cliente, midiendo variables asociadas a la tripulación, camiones de distribución, calidad de los productos que se están entregando y servicio entregado por la tripulación en todo el proceso.

Las mediciones se realizan por zona de distribución a lo largo del país y nos permiten incorporar optimizaciones en todas las brechas detectadas en cada una de las variables que se evalúan, logrando una mejora sostenida desde el año 2013 al 2017. También nos permiten hacer benchmarking con respecto a nuestros principales competidores en los ámbitos antes mencionados, lo que nos da la oportunidad de conocer nuestras debilidades y fortalezas frente a ellos.

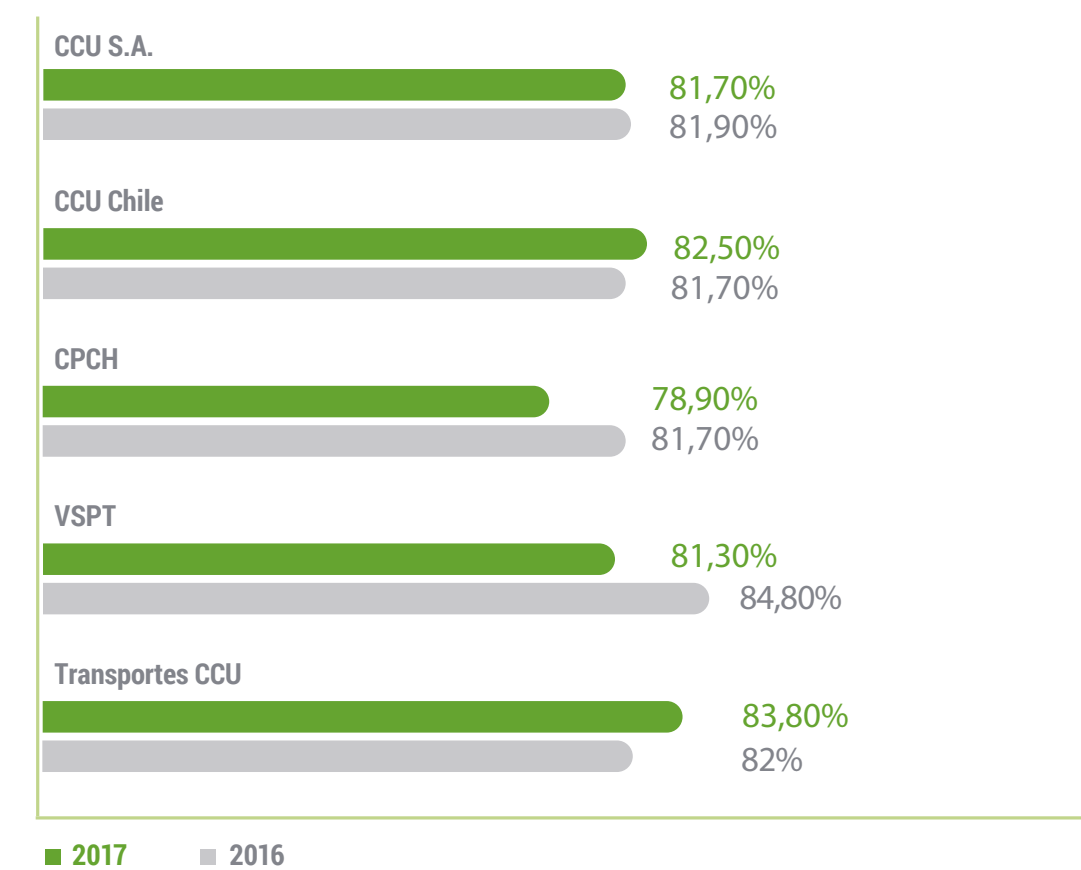
Asimismo, nos entregan la evaluación de nuestro Servicio de Atención al Cliente (SAC) con respecto a los reclamos recibidos, métrica que permite conocer la tasa de problemas a la cual nos enfrentamos, asociada a nuestra capacidad de resolución. Para 2017 establecimos la meta de un 82% en materia de satisfacción de cliente.

En el caso de nuestra unidad de negocios **Manantial**, se envía una encuesta por e-mail a todos los clientes hogar y empresas, dos veces al año, utilizando una escala de evaluación de 1 a 7.

La importancia de la encuesta radica en la fidelización y captación de clientes, realizando posteriormente la gestión sobre los aspectos peor evaluados.

Sobre la base del historial del estudio, procuramos obtener un porcentaje mayor al 82% de satisfacción.

Resultados de los Estudios de Satisfacción de Clientes

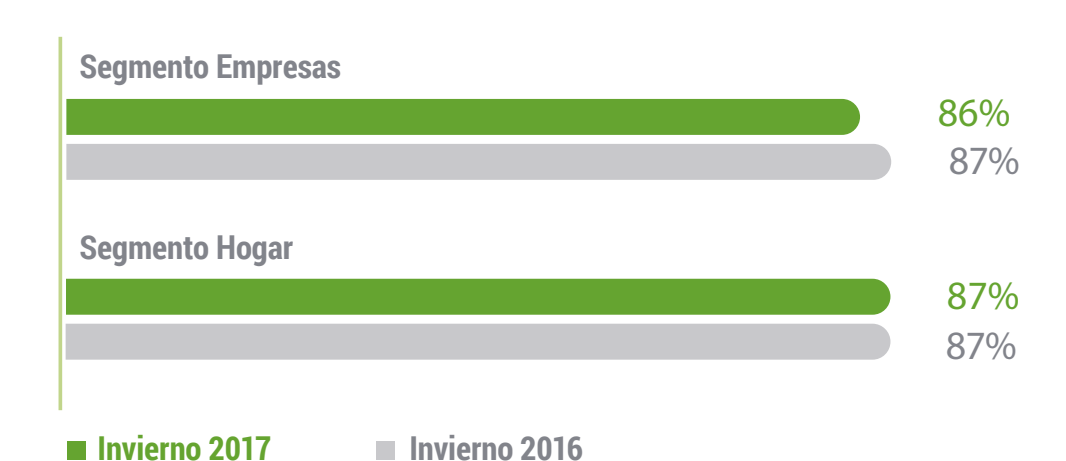


Resultados Estudios de Lealtad

Unidad de Negocios	2016	2017
CCU S.A.	52,1%	49,7%
CCU Chile	49,4%	49%
VSPT	50%	49%
CPCH	57%	58%
Transportes CCU(*)	82%	83,8%

(*) Esta unidad de negocios unifica los resultados de satisfacción y de lealtad.

Resultados Estudios de Satisfacción de Clientes Manantial (*)



(*) Los estudios de satisfacción de clientes de Manantial corresponden a los resultados de los estudios categorizados "Invierno" de cada período, pues se realizan dos mediciones al año.

Nuestros Clientes en Cifras

Puntos de Venta
124.235
 Segmento de operación Chile (excluye Manantial)

Puntos de Venta
30.559
 Vino doméstico.

Clientes Manantial
55.870
 34.418 clientes hogar y 21.452 clientes empresa.

Nuestros Proveedores

Indicador GRI 102-9



Para CCU es importante satisfacer los requerimientos de compra de los procesos productivos, comerciales y administrativos de la compañía, por medio de la promoción de relaciones comerciales colaborativas y éticas con nuestros proveedores, a quienes consideramos aliados estratégicos, pues nos ayudan en alcanzar altos estándares de calidad en los productos y servicios que ofrecemos a nuestros grupos de interés. En este sentido, orientamos nuestros esfuerzos a fortalecer un vínculo de largo plazo.

De la mano del Plan Estratégico 2016-2018, nos hemos puesto como objetivo generar transformaciones basadas en las mejores prácticas y con foco en la creación de ventajas competitivas y excelencia de ejecución.

Las siguientes tablas desglosan las cifras relacionadas con el número de proveedores de nuestra Compañía y los gastos asociados, a nivel local e internacional.

Indicador GRI 204-1

N° de Proveedores y Porcentaje del Gasto Nacional- Internacional

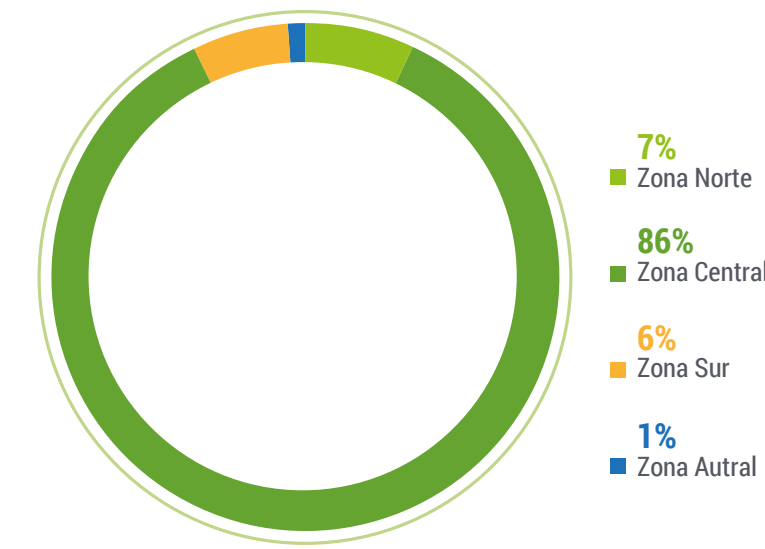
Tipo de proveedores	N° de Proveedores				Gasto en Proveedores			
	2016		2017		2016		2017	
	N°	%	N°	%	\$	%	\$	%
Nacionales	5.915	94	6.849	96	761.708.330.149	87	727.150.993.431	86
Internacionales	400	6	302	4	112.527.048.646	13	115.327.647.210	14
Total	6.315	100	7.151	100	874.235.378.795	100	842.478.640.641	100

N° de Proveedores y Distribución del Gasto a nivel local

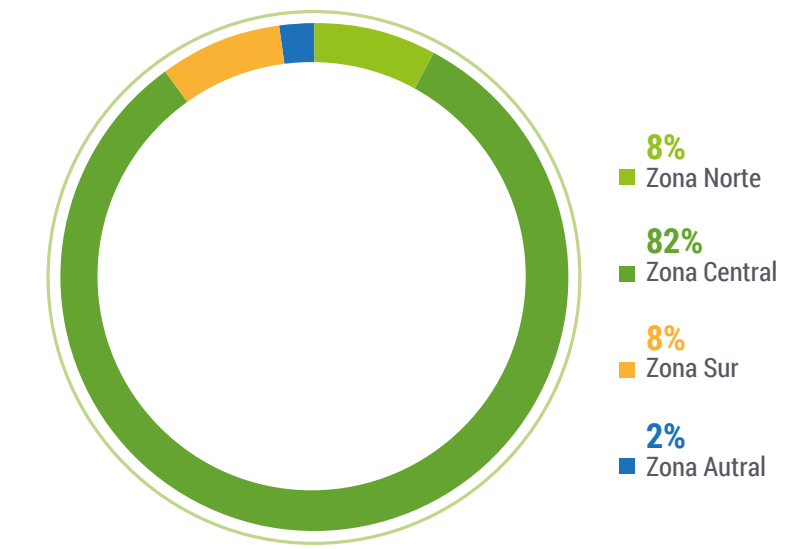
Zonas(*)	N° de Proveedores				Gasto en Proveedores			
	2016		2017		2016		2017	
	N°	%	N°	%	\$	%	\$	%
Zona Norte	398	7	536	8	47.057.197.322	6,2	30.591.824.036	4,2
Zona Centro	5.084	86	5.607	82	680.378.744.160	89,3	653.630.349.982	89,9
Zona Sur	376	6	571	8	33.673.491.864	4,4	42.189.222.686	5,8
Zona Austral	57	1	135	2	598.896.803	0,1	739.596.727	0,1
Total	5.915	100	6.849	100	761.708.330.149	100	727.150.993.431	100

(*) Zona Norte: I, II, III, IV, XV; Zona Centro: V, VI, VII, VIII, XIII; Zona Sur: IX, X, XIV; Zona Austral: XI, XII.

Distribución de la Cantidad de Proveedores Nacionales 2016



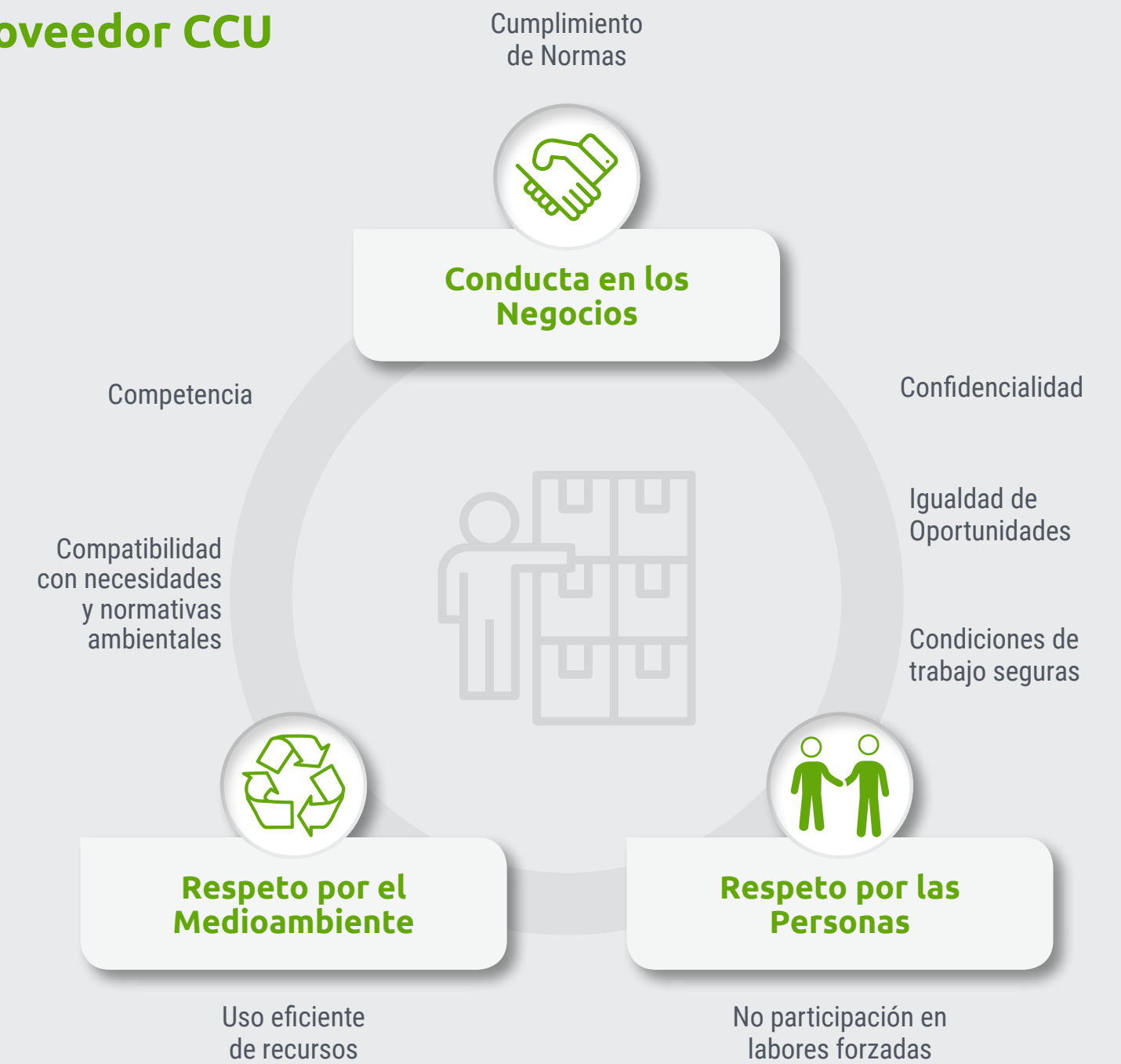
Distribución de la Cantidad de Proveedores Nacional 2017



En CCU contamos con diversos instrumentos que permiten gestionar el proceso de abastecimiento de forma transparente y ética. Una de nuestras herramientas es la "Guía de Buenas Prácticas - Proveedor CCU", un documento basado en nuestros valores y principios, que

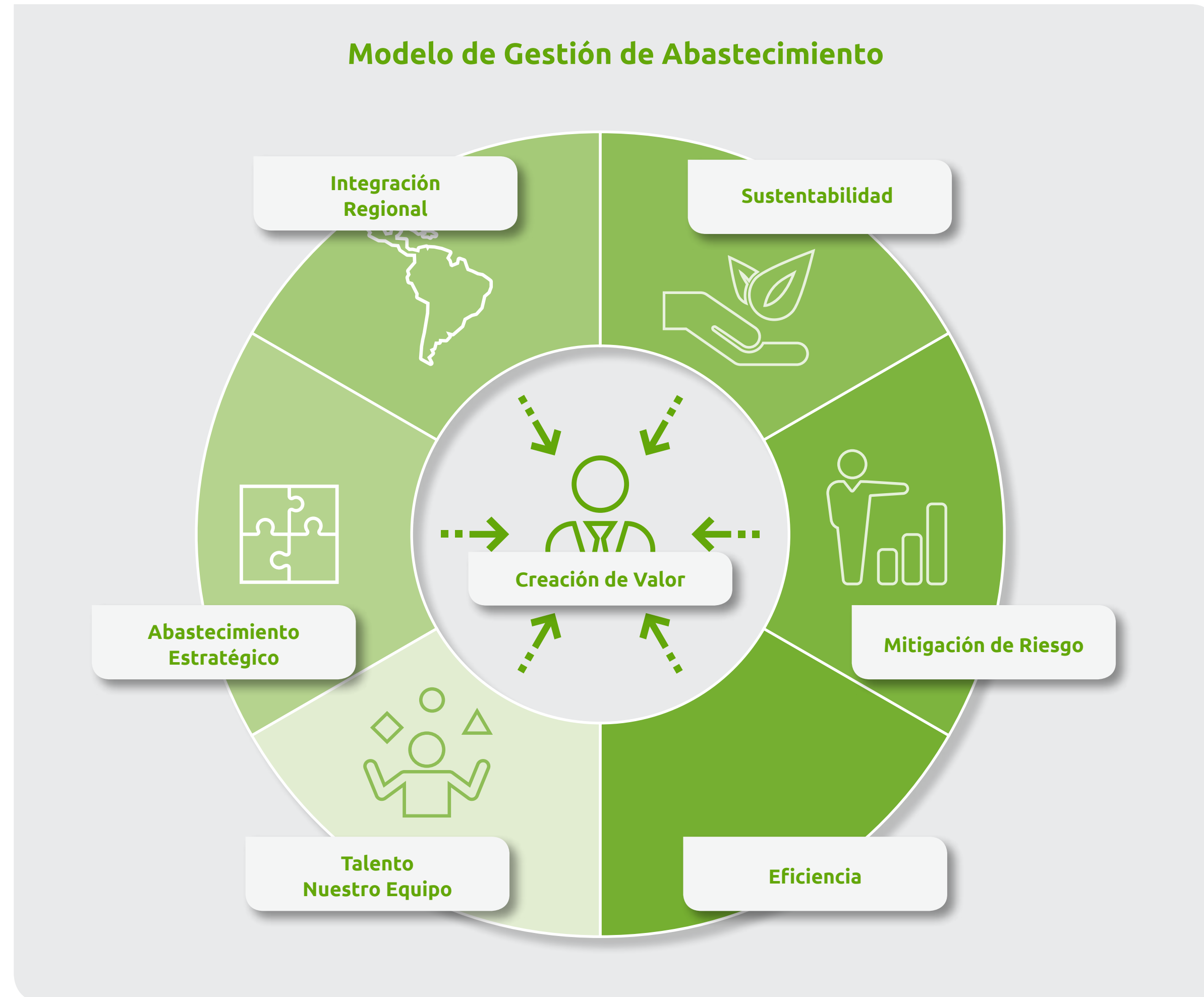
entrega lineamientos gracias a tres pilares fundamentales: el respeto a las Personas, el Medioambiente y los Negocios, ámbitos que consideramos relevantes e ineludibles.

Guía de Buenas Prácticas Proveedor CCU



Indicador GRI 409-1

Asimismo, contamos con un Modelo de Gestión de Abastecimiento, que considera seis dimensiones, teniendo como centro la creación de valor.



- 1- **Talento:** Nos preocupamos permanentemente de entregar conocimientos especializados a nuestros trabajadores del área de compras.
- 2- **Abastecimiento Estratégico:** Impulsamos relaciones colaborativas y estratégicas con nuestros proveedores.
- 3- **Integración Regional:** Homologamos los procesos de los distintos países, generando economías de escala y de conocimiento.
- 4- **Sustentabilidad:** Promovemos una cultura orientada a minimizar el impacto ambiental e ir más allá del cumplimiento normativo.
- 5- **Mitigación del Riesgo:** Creamos planes de contingencia, que nos ayudan a disminuir nuestra vulnerabilidad.
- 6- **Eficiencia:** Nos permite implementar mejores prácticas, incorporando en CCU, junto con nuestros proveedores, eficiencias en la cadena de abastecimiento.

Gestión de Proveedores

Indicadores GRI: 308-1, 414-1

Para dar continuidad de abastecimiento a nuestras operaciones, el sistema de gestión que aplica a todos nuestros proveedores considera mecanismos alineados a las buenas prácticas de sustentabilidad.

1. Evaluación a nuevos proveedores respecto de los siguientes criterios:
 - **Económicos:** Revisión de sus obligaciones bancarias y sus Estados Financieros.
 - **Sociales:** Confirmación de que el pago de las imposiciones se encuentre al día
 - **Legales:** Verificación de la existencia legal de la empresa.
2. Auditorías: También aplicamos distintos tipos de auditorías, entre ellas:
 - **Auditorías Propias:** Son realizadas a través de la contratación de una empresa externa especializada, a los principales proveedores de materias primas y de materiales de empaque. A través de ésta, se revisa el sistema de gestión de inocuidad y calidad. La auditoría considera también algunos requisitos de seguridad ocupacional y aspectos medioambientales.

- **Auditorías de Licencias:** Son realizadas por nuestros socios estratégicos y certifican el proceso de fabricación con visitas a planta de proveedores, donde se evalúa el cumplimiento de los estándares.
- **Auditorías Internas:** Son realizadas al área de Abastecimiento CCU, verificando que existan planes de contingencia y que se desarrollen correctamente todos los procesos compra.

Además, en CCU contamos con instancias de evaluación y definición de planes de acción en caso de alguna interrupción en la cadena de suministro, analizando alternativas de solución.

Criterios Ambientales en la Cadena de Abastecimiento

En nuestro constante esfuerzo por generar impactos positivos en el medioambiente, en CCU desarrollamos diversas iniciativas junto a nuestros proveedores, entre las cuales figuran:

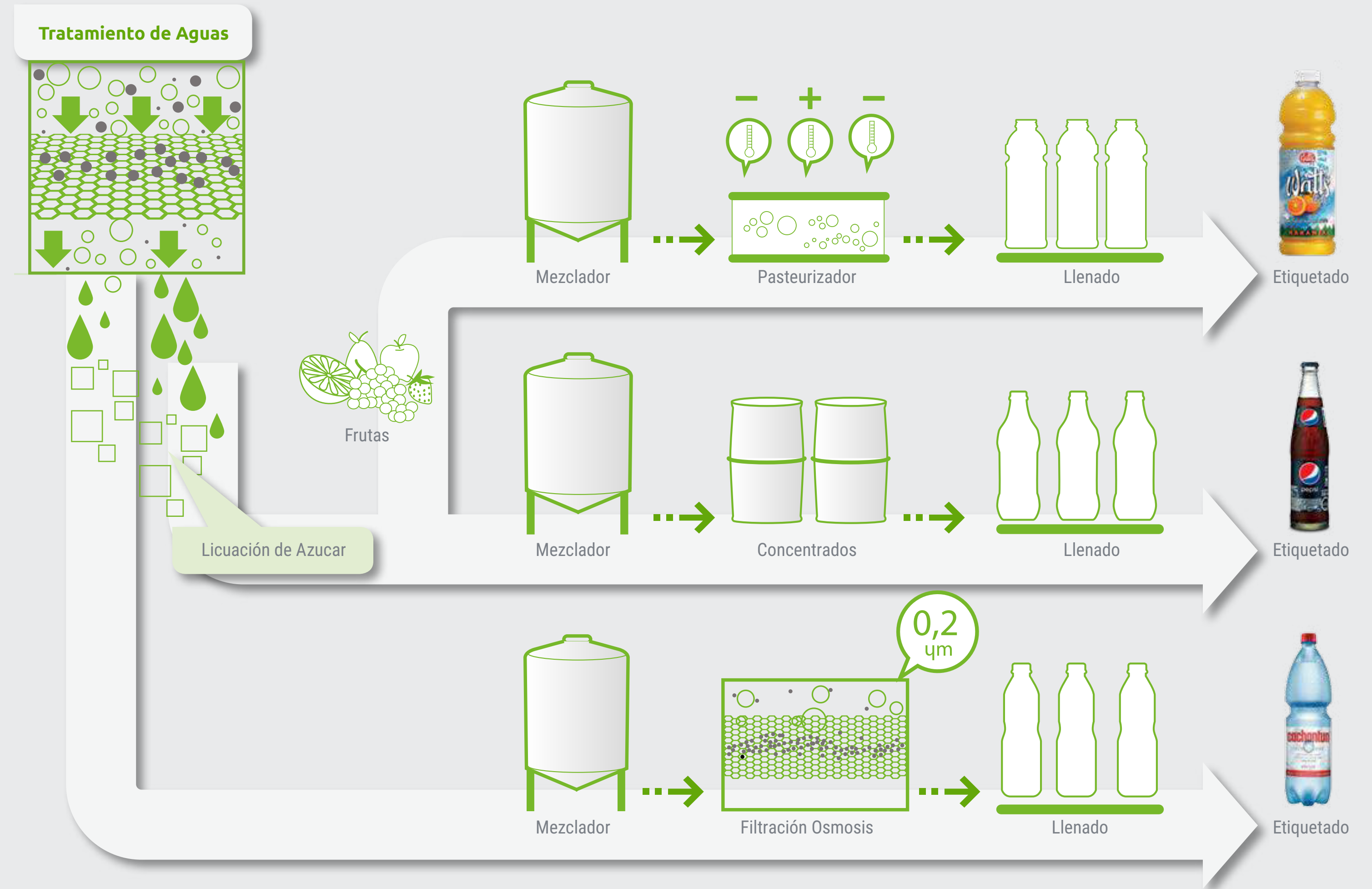
- Plantas de tratamiento de desechos industriales en las instalaciones de:
 - Cervecería Temuco
 - Kunstmann
 - Aguas CCU Nestlé
- Proyecto de construcción del nuevo Centro de Distribución en la comuna de Renca, en el que CCU exigió como prioritarios a los proveedores el cumplimiento medioambiental de todos los requerimientos contenidos en el "Reglamento Sanitario de los Alimentos".
- Inversiones en el cuidado de fauna, reubicando a los seres vivos del ecosistema del nuevo Centro de Distribución de Renca.
- Utilización de material reciclado en las compras de pallets plásticos y casilleros.
- Exigencias de reciclaje de materiales en servicios de fotocopiado.
- Reacondicionamiento de coolers dados de baja.

Acciones Permanentes

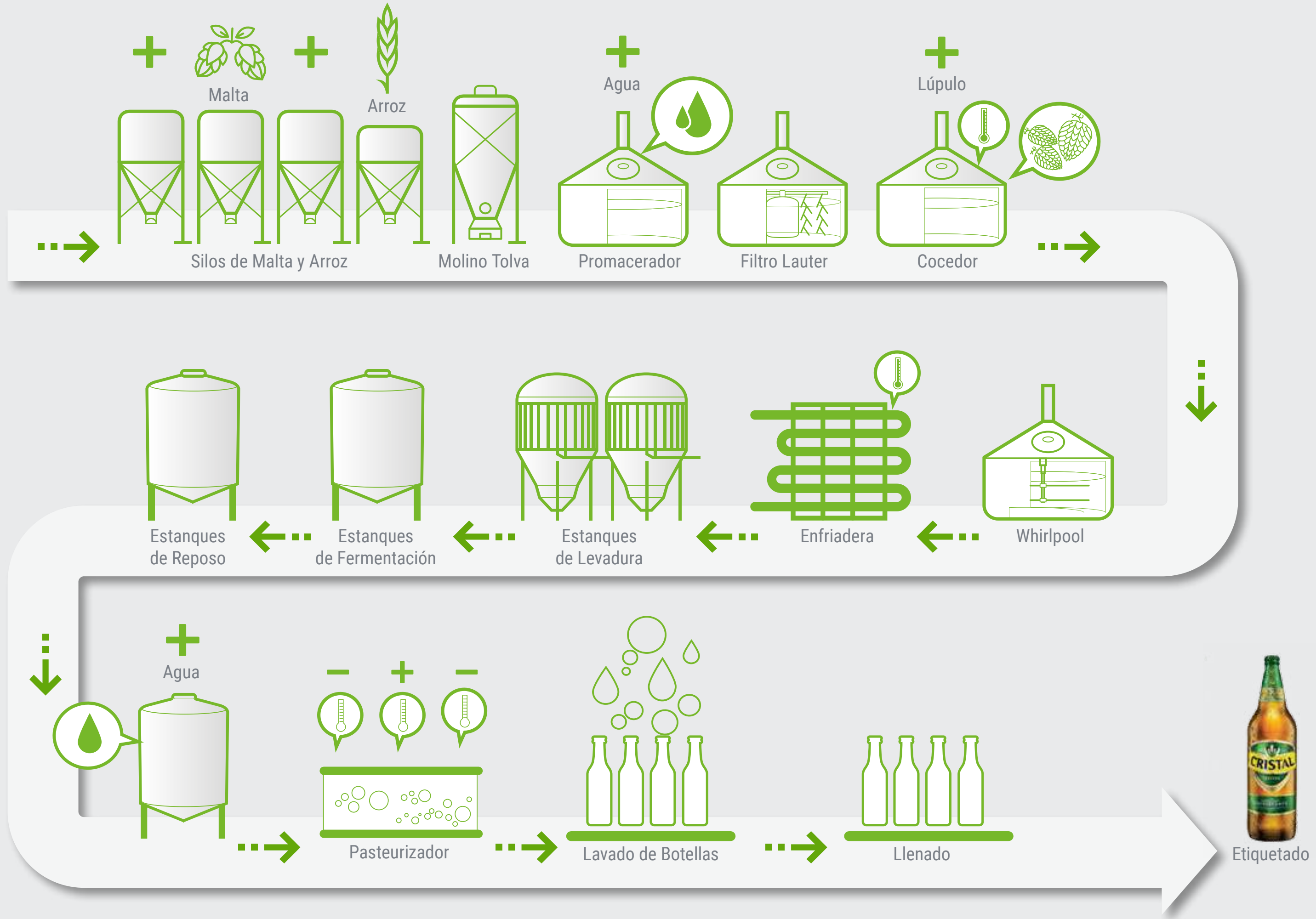
- Búsqueda y desarrollo de proveedores idóneos, con apoyo al fortalecimiento y especialización.
- Certificación y evaluación periódica de proveedores.
- Promoción de la aplicación de buenas prácticas legales, comerciales, industriales, laborales y administrativas.
- Entrega de herramientas tecnológicas que apoyen la gestión administrativa, como el e-procurement.
- Capacitación técnica, comercial y administrativa del talento del área de Abastecimientos.

La siguiente gráfica ilustra la cadena de valor CCU:

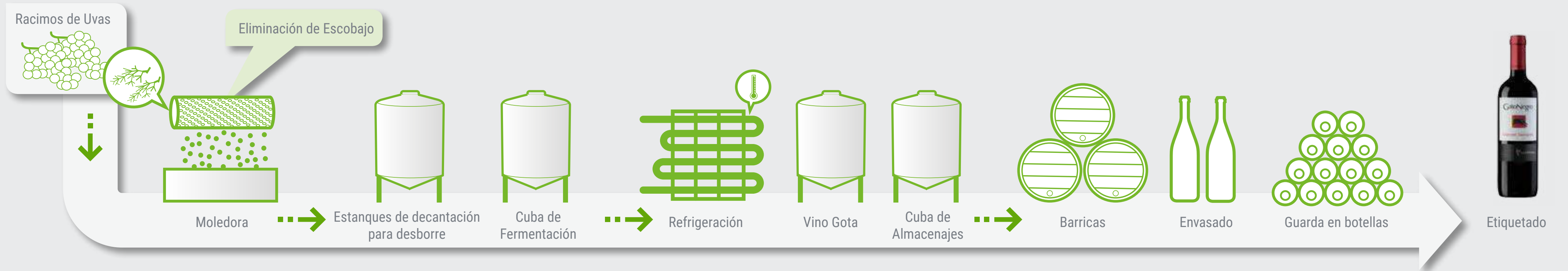
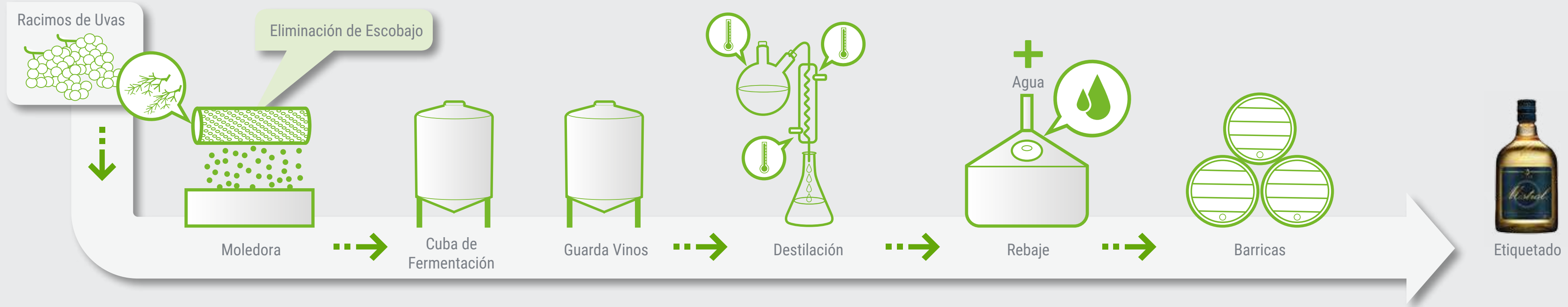
Cadena de Valor CCU Indicador GRI 102-9



Cadena de Valor CCU
Indicador GRI 102-9



Cadena de Valor CCU
Indicador GRI 102-9



Comunidades: una relación colaborativa y de confianza

Indicadores 102-43, 413-1, DSC.24



Al inicio de este informe comentamos que la sustentabilidad es uno de nuestros pilares estratégicos y que para alcanzarla debemos poner a las Personas, el Planeta y los Productos que elaboramos como ejes centrales de nuestras decisiones con el compromiso de buscar un mejor vivir para todos a través de nuestro actuar diario.

Somos conscientes que, como toda actividad productiva, generamos un impacto en las comunidades que se relacionan con nosotros. De ahí la importancia de promover y fortalecer lazos de confianza, con un horizonte de largo plazo, conociendo a nuestros grupos de interés, escuchándolos con compromiso, siendo transparentes y proactivos en la comunicación hacia ellos.

Las personas que nos mueven, entre ellas las comunidades, son uno de los ejes de nuestra gestión de sustentabilidad. Se trata de un ámbito fundamental en el despliegue de nuestras actividades y durante años hemos plasmado este compromiso de llevar adelante acciones que nos permitan generar desarrollo, bienestar y valor mutuo hacia todos nuestros grupos de interés.

Nuestro Modelo de Relacionamento Comunitario

Gestionamos el trabajo con la comunidad a través de un Modelo de Relacionamento Comunitario. Éste se basa en el diálogo y el trabajo conjunto, y propone los lineamientos para establecer y profundizar las relaciones con el entorno social. Este enfoque está basado en nuestras declaraciones de identidad corporativa, Ser CCU, que constituye nuestra Política de Relacionamento con grupos de interés.

Los principios bajo los que desarrollamos el relacionamento comunitario son una declaración de compromisos para orientar las acciones de nuestros trabajadores con la comunidad. Además, son la guía para apoyar el proceso de toma de decisiones y la implementación de estrategias.



Modelo de Relacionamento Comunitario / Principios



Para medir nuestro desempeño en relación con los focos del modelo, contamos con el Índice Compuesto de Relacionamiento Comunitario (ICRC). Este índice -que se gestiona a nivel corporativo- nos permite monitorear y verificar el estado de avance y cumplimiento del Plan de Relacionamiento Comunitario de cada operación. Por lo tanto, se trata de una métrica asociada a las acciones de este plan y las comunidades / personas impactadas.

En este contexto, podemos señalar que el ICRC CCU de 2017, es decir, el nivel de cumplimiento de las acciones y compromisos fue

de 98,89%. Más adelante detallaremos las acciones desarrolladas durante este año, en el marco del citado plan.

Todos los proyectos que desarrollamos con la comunidad están diseñados con el objetivo de generar impactos positivos en el entorno y reducir riesgos sociales relevantes, invitando a la población infantil, juvenil y adulta a participar de iniciativas deportivas, educativas, culturales y de prevención, de acuerdo con nuestro compromiso por mejorar la calidad de vida de todas las personas con las cuales nos relacionamos.

Segundo Encuentro de Relacionadores Comunitarios

A fines de 2017, realizamos con gran convocatoria el "Segundo Encuentro de Relacionadores Comunitarios", instancia de intercambio de ideas que busca visibilizar las actividades que cada Unidad de Negocios está realizando con la comunidad, para compartir buenas prácticas en las distintas áreas de la Compañía.

En la oportunidad también se contó con tres expositores externos: Wagner Guida, Gerente General de Itaú Asset Management AGF, quien expuso acerca de los desafíos en la incorporación de criterios ambientales, sociales y de gobernanza en la inversión; Winko Franz, socio fundador de Verse Consultores, quien se refirió a la evolución de los conflictos socio-ambientales; Raúl Troncoso, encargado de Sustentabilidad de Nestlé Chile, quien relató la experiencia de la empresa a través de su programa "Generación de Valor Compartido".



Prevención de conflictos

Indicadores 413-2, DSC.23

En esta materia contamos con un canal de denuncias abierto a todo público en nuestra web, <https://www.canaldedenuncia.cl>, y un sistema de Servicio de Atención a Clientes y Consumidores, que gestionan los requerimientos, reclamos o denuncias presentadas de manera anónima o identificadas.

Dependiendo de su gravedad, las denuncias (relacionadas con nuestros productos y operaciones e, incluso, eventuales faltas éticas) se derivan a los responsables por tema, pudiendo escalar, incluso, a Auditoría Interna o Contraloría, áreas que deberán indagar y resolver los casos, una vez acreditados.

Asimismo, los reclamos o requerimientos pueden plantearse a los relacionadores comunitarios de nuestras operaciones, o enviando una carta confidencial a la Casilla 215, Oficina Parque Arauco, Correos de Chile, Las Condes. También contamos con ejecutivas de call center para atención exclusiva de denuncias y líneas telefónicas gratuitas (800 104 227), además del correo electrónico: denunciasccu@plataformagrc.cl.

Más allá de todos estos mecanismos de transparencia y diálogo, nuestros programas de relacionamiento comunitario son el vehículo más valioso para generar lazos de confianza orientados al beneficio mutuo, generando una dinámica colaborativa. Como expresión de este propósito, podemos señalar que en 2017 no registramos conflictos significativos ni impactos negativos en las comunidades de nuestras áreas de influencia.

En el Eje Planeta por el que Velamos de nuestra Estrategia de Sustentabilidad se informa la gestión asociada a mitigar aquellos riesgos relacionados con emisiones, residuos, ruidos y olores, que son reportados a través del Sistema de Ventanilla Única del Registro de Emisiones y Transferencia de Contaminantes (RETC) y el SIDREP (Sistema de Declaración y Seguimiento de Residuos Peligrosos).

Programas de inversión y apoyo social

A continuación, destacamos los principales programas de inversión y aporte social que mantenemos en el contexto de nuestro Modelo de Relacionamiento Comunitario. Durante 2017, el monto total destinado a estas iniciativas ascendió a \$1.395.679.504.

Programa Educar en Familia: Como parte del Programa Consumo Consciente, "Educar en Familia" nace el año 2000, siendo una iniciativa pionera que busca apoyar a los padres y apoderados en la educación preventiva de sus hijos adolescentes en el correcto consumo de los productos con alcohol, poniendo énfasis en tres aspectos: los menores de edad no deben beber, el diálogo familiar resulta vital y la entrega de información debe ser oportuna y adecuada.

Educar en Familia consiste en una charla gratuita que se dicta en todos los colegios del país. Asimismo, el programa también se imparte a trabajadores, proveedores y a las comunidades locales. Desde el año 2007, el programa se extiende para apoyar las iniciativas de inserción social que se desarrollan en los centros penitenciarios del país.

En el marco de esta iniciativa, realizamos distintas campañas para prevención de consumo y accidentabilidad en festividades, a nivel corporativo y también a través de nuestras unidades VSPT Wine Group y Compañía Pisquera de Chile (CPCh), incluyendo la campaña que se realiza anualmente en colaboración con Carabineros de Chile. (Más detalles de esta iniciativa se encuentran en el contenido de Consumo Consciente, del eje de sustentabilidad Marcas que nos Inspiran).

Apoyo Solidario: A través del Programa de Donaciones y Voluntariado, fomentamos una mejor calidad de la educación en Chile. Así, durante 2017 continuó el apoyo a la Fundación Elige Educar, a través de una alianza público-privada que busca destacar el rol del profesor, promover que los mejores alumnos opten por

estudiar carreras de pedagogía e impulsar políticas públicas. Entre las iniciativas más importantes se cuenta el premio “Global Teacher Prize”, que distingue a los profesores más comprometidos e innovadores del mundo, que estén teniendo un impacto inspirador en sus alumnos y en la comunidad.

En esta misma línea, durante 2017, y en conjunto con otras 37 empresas, CCU firmó el Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil de la Alianza del Pacífico. Este compromiso considera desarrollar una serie de iniciativas conjuntas para crear oportunidades laborales significativas y ayudar a más de 17 mil jóvenes a integrarse al mundo laboral. De esta manera, junto con la Fundación Forge, CCU coordinará prácticas laborales en la Compañía para los alumnos.

Respecto del **Programa de Voluntariado de Tutorías a Jóvenes**, en 2017 se benefició a 10 alumnos de Cuarto Medio del Colegio Juan Luis Undurraga, de la Fundación Belén Educa, comuna de Quilicura, guiados por tutores CCU para apoyarlos en sus decisiones futuras de continuidad de estudio e inserción laboral. El programa también contempla una beca para dos alumnos que participan de la iniciativa, en reconocimiento al esfuerzo y como aliciente para su desarrollo profesional.

En este mismo ámbito de apoyo a la comunidad, la Compañía formalizó su ingreso como socio estratégico de Fundación Pro Bono, sumándose a la labor de promover el acceso a la justicia de organizaciones y personas en situación de vulnerabilidad y cubrir de manera eficiente sus necesidades jurídicas.

Por otra parte, participamos de un taller de asesoría a PyMES, en conjunto con un plantel de educación superior.

Actividades filantrópicas: En el marco de nuestras acciones solidarias, además coordinamos donaciones en dinero, a través de la Campaña 1+1, que apoya de manera estable a cuatro fundaciones, anualmente. A fin de año, y también de manera colaborativa con nuestros trabajadores, organizamos la campaña “Comparte con un amigo en Navidad”, en la cual apadrinamos a 48 niños, compartiendo

regalos y una actividad de esparcimiento con ellos. Este mismo formato para recaudar fondos se aplica cada vez que se lleva a cabo la campaña de Teletón.

Asimismo, realizamos donaciones en productos, para ir en ayuda de las personas afectadas por los desastres naturales e incendios que ocurrieron en el período que se informa.



Gran Participación de CCU en la Teletón

En el marco de la 29° versión de la Teletón, y en alianza estratégica con el Ministerio de Medioambiente, llevamos a cabo nuevamente la campaña “27 Toneladas de Amor CCU”, con el fin de colaborar con los niños atendidos en esta institución, además de cuidar el medioambiente.

Este año aumentamos los centros de acopio de las botellas PET, llegando a un total de 260, los cuales fueron ubicados en los Institutos de Teletón, municipalidades adheridas, Puntos Triciclos, universidades y colegios a lo largo de todo Chile. Esto permitió superar ampliamente la meta, contabilizando 53 toneladas.

Considerando el aporte de \$91.019.899 de nuestros trabajadores en la tradicional Campaña 1+1, además de la tarea “27 Toneladas de Amor CCU” y la contribución de las marcas Cachantún, Bilz y Pap y Cerveza Cristal, logramos recaudar para esta gran obra social un total de \$811.245.160.

VSPT Wine Group y CPCh: con foco en el deporte y la educación

En VSPT trabajamos un programa de desarrollo comunitario a través de Convenios de Prácticas suscritos con instituciones de educación, tanto en Molina como Isla de Maipo. También fomentamos el deporte, con la Escuela de Fútbol de VSPT en Molina, que a la fecha ha entregado grandes resultados, teniendo incluso un par de contrataciones en el fútbol profesional de algunos jugadores formados en ella.

Además, se organizan anualmente dos actividades: cicletada y corrida familiar en Molina e Isla de Maipo respectivamente, con el objetivo de estimular la vida sana y un mejor vivir para todos los trabajadores y la comunidad local. Estas actividades incluyen nuestro taller “b.b.bien” de consumo responsable.

Por su parte, nuestra unidad de negocios CPCh continuó apoyando a la localidad de Paihuano, mediante la donación de 350 libros de lectura obligatoria para alumnos de 1° a 8° Básico y equipamiento tecnológico. Estos aportes se implementaron en el Centro Cultural Municipal de la comuna y permitieron plasmar uno de los ámbitos de la estrategia social de CPCh, que es educación y capacitación, con el fin de contribuir a la disminución de las brechas para el desarrollo de nuestras comunidades.

Asimismo, trabajamos en el ámbito de las Comunidades de Aprendizaje, con foco en la implementación de las mejores prácticas en el aula, en conjunto con la Universidad Adolfo Ibáñez. La primera etapa llevada a cabo fue de sensibilización en el Colegio Mistraliano de Paihuano, a objeto de incorporar una metodología educativa de primer nivel en la comuna.

También firmamos un acuerdo de cooperación con Municipalidad de Paihuano para desarrollar un trabajo conjunto por cuatro años, con foco en el apoyo de actividades culturales y recreación que se ejecuten en la comuna, tales como Feria Costumbrista, Carnaval del Sol, Mes de la Juventud, entre otras.

VSPT Wine Group y Comunidad de Buchahueico plantan el mayor viñedo mapuche en Chile

Viña San Pedro, agricultores de la comunidad y organismos públicos, como Indap y la Comisión Nacional de Riego, realizaron una exitosa alianza para llevar a cabo un proyecto colaborativo que contempla hasta ahora 10 hectáreas de Pinot Noir, cinco plantadas en 2015 y otras cinco en septiembre de este año, en el Valle de Malleco, Región de la Araucanía.

El proyecto busca sumar un nuevo origen extremo para el portafolio de vinos de VSPT Wine Group y es liderado por cuatro familias mapuches de la Comunidad de Buchahueico, quienes han trabajado sus tierras con gran entusiasmo, demostrando resultados sobresalientes en el viñedo.

Este es un proyecto innovador, pero sobre todo un ejemplo inspirador para el país, que tiene la característica de ser totalmente replicable y sostenible.

Acercando el arte a la comunidad

A través del Programa de Cultura “CCU en el Arte”, durante 24 años hemos trabajado en el objetivo de acercar el arte a las personas, bajo la convicción de que contribuimos a consolidar ciudades y comunidades sostenibles e inclusivas en todo aspecto, siendo la cultura un instrumento de educación y memoria colectiva fundamental para la sociedad.

Este compromiso con el desarrollo de la cultura se plasma en el apoyo a la difusión y exhibición de proyectos de artistas chilenos jóvenes y consagrados. Los ámbitos en que opera el Área Cultura de CCU son: Sala de Arte CCU, Beca Arte CCU, Colección CCU y Programa de Extensión.

Sala de Arte CCU

La Sala de Arte CCU, creada en 2008, ha sido un referente en la escena cultural chilena, desarrollando muestras multidisciplinarias que ponen énfasis en expresiones de vanguardia y nuevos lenguajes, fundamentados en los planteamientos teóricos actuales de las artes visuales. Cuenta con dos espacios: la Sala de Foco Curatorial, dirigida a muestras de arte emergente y a la exposición de autores consolidados en el circuito de arte nacional; y la Sala de Foco Social, que busca incentivar a artistas no profesionales, como una instancia de integración social.

En 2017, se inició el año en el espacio curatorial con la exposición “Quinta, Arte Contemporáneo Región de Valparaíso”, muestra colectiva que reunió la obra de 11 artistas de la V Región. Posteriormente, se inauguró la muestra “La segunda Naturaleza, Colección CCU”, exposición que contó con la curaduría de la teórica Gloria Cortés y Jaime Cuevas, como co-curador, considerando la exhibición de 21 obras que son parte de la Colección de Arte CCU. Destacan también las exposiciones individuales “Soñé@cerámicas.cl”, de Patricia Domínguez, y “La Galería”, de María Gabler.

Respecto a la sala social algunas de las exposiciones que fueron parte del calendario 2017 fueron “Dejando Huella”, de la Fundación Alter Ego, y “Entre hermanos”, de Fundación Teletón.

En total, se realizaron cinco exposiciones con foco curatorial y cinco muestras con foco social, completando exitosamente el calendario 2017.

Beca Arte CCU

A través de la Beca Arte CCU, buscamos reconocer y fortalecer el desarrollo e internacionalización de artistas chilenos contemporáneos, generar instancias que promuevan el diálogo e intercambio de experiencias y conocimientos con artistas e instituciones ligadas al arte mundial, como también difundir sus obras y crear redes de contacto. Desde su creación, en 2011, la Beca ha tenido gran acogida en el mundo cultural, es la única en Chile en su modalidad y con sus cuatro versiones es un referente de la escena artística local.

Desde 2011, su convocatoria ha sido creciente a lo largo de los años, tal como se aprecia en el siguiente recuadro:

Postulaciones Beca Arte CCU	
Año	Total proyectos recibidos
2011	105
2013	84
2015	112
2017	215

En 2017, el comité calificador de este concurso estuvo integrado por Daniela Aravena, representante de la Dirac (Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores); Varinia Brodsky, representante del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Cecilia Jurado, representante de Y Gallery; Cecilia Valdés, del diario El Mercurio; Ximena Zomosa, representante de la comunidad de artistas, y Claudia Verdejo, de CCU. Medió la jura Alejandra Villasmil, comisaria de la Beca de Arte CCU 2017.

El primer lugar de la Beca Arte CCU consiste en la realización de una residencia artística en el International Studio & Curatorial Program (ISCP) de Brooklyn, Nueva York. Además, contempla una exhibición individual en colaboración con Y Gallery, en Manhattan, Nueva York, y una muestra en la Sala de Arte CCU, en Santiago de Chile. Este año la beca se la adjudicó Catalina Bauer, Licenciada y Magíster



en Artes Visuales. En su trabajo utiliza diversos medios y técnicas relacionadas con el tejido y el dibujo. En base a estas disciplinas, la artista se ha acercado al campo de la instalación, el video y la performance.

Colección artística y Programa de Extensión

Desde 1993, apoyamos proyectos individuales o colectivos de artistas chilenos contemporáneos. Gracias a ello, se ha formado un importante patrimonio artístico, compuesto por más de 600 obras de diversas técnicas y materialidades.

En esta línea también desarrollamos una serie de actividades de extensión, tales como conversatorios, talleres infantiles, visitas guiadas y exposiciones itinerantes de nuestra Colección de Arte CCU. Así, en enero de 2017 se realizó la muestra “Cuatro Reinos”, curada por el teórico Sebastián Vidal, en el Museo de Arte Contemporáneo de Valdivia, la cual fue visitada por más de 4.000 personas.

Además, y conforme al Plan de Relacionamiento Comunitario de la Compañía, se organizó la exposición “Tránsitos Locales Colección CCU”, en el Centro Cultural de Quilicura, en alianza con la Municipalidad y la Corporación Cultural de Quilicura.



Durante 2017, invertimos 386 horas en nuestros programas de voluntariado corporativo y realizamos donaciones en especies valuadas en 29 millones de pesos chilenos, aproximadamente.

El monto total destinado a inversión y aporte social considerando todas las actividades descritas ascendió a MM\$1.396.

Planeta por el que Velamos: nuestro compromiso con el Medioambiente

Indicador MA.10. Indicadores GRI: 102-11, 103-1, 103-2, 103-3

En el eje Planeta por el que Velamos, de nuestra Estrategia de Sustentabilidad, reconocemos la importancia de hacer negocios con una visión medioambiental de largo plazo. Esta convicción nos impulsa a promover una cultura orientada a minimizar el impacto medioambiental e ir más allá del cumplimiento normativo que nos regula.

Hemos trabajado en este propósito durante años, estableciendo una directriz corporativa mediante nuestra Visión Medioambiental 2020. Su plan de gestión establece un horizonte de trabajo 2010-2020, para todas nuestras operaciones, y considera las siguientes dimensiones y objetivos clave, con sus metas asociadas:

Emisiones

Nos comprometemos a reducir nuestras emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a través de la medición y gestión de nuestra Huella de Carbono. Asimismo, nos mueve la búsqueda permanente de energía más limpia y eficiente.

Meta 2020:
Reducir en un 20% nuestras emisiones de GEI.

Avance a 2017:
Reducción de un 22,0%.

Residuos

Trabajamos a lo largo de toda nuestra cadena de valor para lograr incrementar la reutilización, reciclaje y valorización de los residuos generados y llegar a la meta de 100% de valorización de residuos industriales, desarrollando estrategias innovadoras de ecodiseño en los envases y embalajes de nuestros productos.

Meta 2020:
Alcanzar el 100% de Valorización de Residuos Industriales (VRI).

Avance a 2017:
97,6% de VRI.

Agua

El agua es primordial para nuestro planeta y negocio, por lo que trabajamos en optimizar el uso del recurso hídrico en todas nuestras operaciones, y a lo largo de toda nuestra cadena de suministro. Contamos con sistemas de mejora continua y aplicamos las mejores técnicas y prácticas disponibles.

Meta 2020:
Disminuir en un 33% el consumo del recurso hídrico.

Avance a 2017:
Reducción de un 39,7%.

Estos importantes logros en el cumplimiento de nuestras metas ambientales han sido posibles gracias a que durante 2017 redoblamos nuestros esfuerzos en cuanto a eficiencia en los procesos productivos, uso de tecnologías e insumos más sustentables, además de avanzar en el uso de energías limpias.



También continuamos nuestro compromiso con las mejores prácticas, contribuyendo a la implementación de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor 20.920 (Ley REP). Para ello, trabajamos arduamente en la mesa público-privada que se estableció, a través de los gremios que nos representan, con el fin de aportar a la discusión de los reglamentos en el sector de envases y embalajes, que harán operativa esta ley.

Otro hito en este sentido fue nuestro compromiso de participación en el Acuerdo de Producción Limpia Cero Residuos, en conjunto con otras 13 empresas. Esta iniciativa se impulsa en colaboración con el Ministerio de Medioambiente, la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ex Consejo de Producción Limpia del Ministerio de Economía) y la Fundación ACCIÓN Empresas, para contar con un estándar de gestión de residuos acreditable para la industria chilena.

La finalidad es evitar la generación de residuos que luego son dispuestos en rellenos sanitarios y encontrar alternativas para

alcanzar el 100% de valorización (Cero Residuos a relleno sanitario), objetivo que se espera alcanzar en un plazo no superior a dos años.

Para nosotros, la firma de este compromiso se da en el contexto de la formalización de la meta antes descrita sobre Valorización de Residuos Industriales (VRI), de tal manera que todas las unidades de negocio de CCU podrán acreditar formalmente su Gestión de Residuos para alcanzar el 100% de su VRI en el año 2020.

Así, inicialmente estamos participando con las siguientes instalaciones de CCU:

- Centro de Distribución Curauma (Valparaíso).
- Centro de Distribución Quilicura.
- Centro de Distribución Santiago Sur.
- Planta Molina de VSPT Wine Group.
- Embotelladora Planta Modelo Santiago ECCUSA (Renca).
- Planta Cervecera Santiago (Quilicura).

Certificaciones Ambientales

A nivel operativo, un 87,5% de las plantas industriales y centros de distribución de nuestra Compañía posee un Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001, con certificación vigente.

Además, todos nuestros viñedos de uva vinífera en Chile están certificados bajo el Código Nacional de Sustentabilidad (CNS), que evalúa aspectos tales como la reducción y el reciclaje de desechos, el ahorro de energía, la gestión del agua, entre otros. Este marco hace tangible nuestro compromiso con la sustentabilidad y su monitoreo cubre tres áreas: nuestros viñedos y los de nuestros proveedores de uva; bodegas, planta de embotellado y otras instalaciones relacionadas con la producción de vino, además de temáticas sociales aplicables a la organización, incluidos sus campos, oficinas e instalaciones.

A continuación, desglosaremos los indicadores de gestión para emisiones, residuos y agua.

Huella de Carbono

Indicadores GRI: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, MA.10

El primer objetivo clave de desempeño ambiental definido por la Compañía consiste en la reducción del 20% de GEI, para las emisiones Alcance 1 (emisiones directas) y Alcance 2 (emisiones indirectas provenientes del consumo de energía eléctrica) al año 2020 respecto de las emisiones GEI del año 2010. Cabe señalar que nuestras emisiones de Alcance 3 también son objeto de medición.

En 2017, las emisiones del Alcance 1 fueron 77.515 t CO₂e, un 7,3% menor que el año anterior. Este resultado estuvo en línea con las disminuciones de los consumos de combustibles fósiles por mejoras de eficiencia de los procesos y con nuestros esfuerzos para reducir la carbonización de nuestra matriz energética, impulsando y priorizando el uso del gas natural en las plantas (ver detalles más adelante).

Las emisiones del Alcance 2 correspondieron a 83.920 t CO₂, un 1% menos que el año anterior.

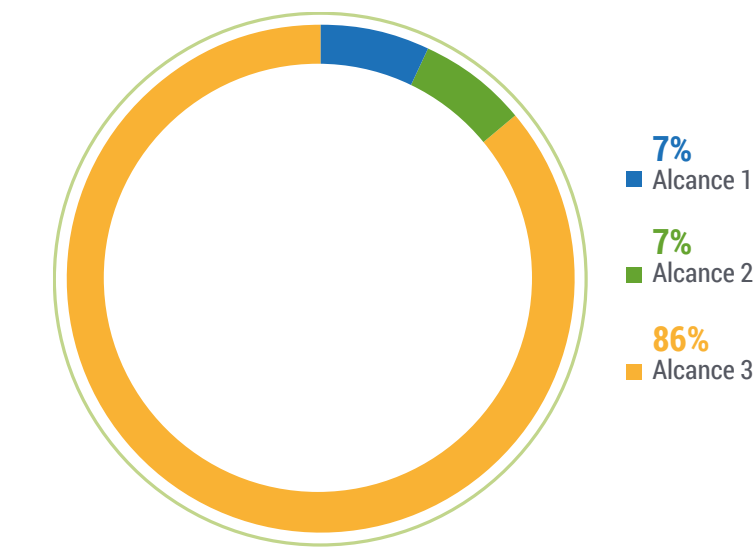
En cuanto a las emisiones del Alcance 3, fueron un 1,6 % menor a las del año 2016.

Así, las emisiones totales de GEI para el año 2017 fueron 1.167.625 t CO₂e, lo que corresponde a un 2% menos que en 2016.

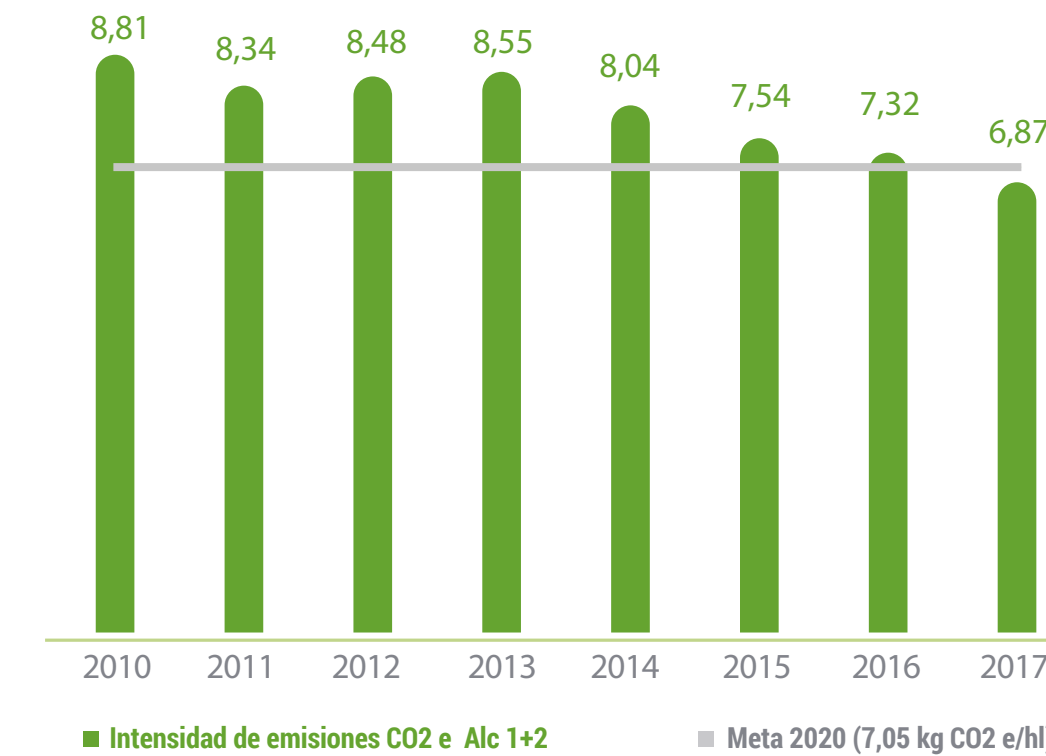
Emisiones de Gases de Efecto Invernadero CCU

Alcance	Métrica	2016	2017
Emisiones Alcance 1	t CO ₂ e	83.601	77.515
Emisiones Alcance 2	t CO ₂ e	84.619	83.920
Emisiones Alcance 3	t CO ₂ e	1.022.780	1.006.190
Total Emisiones	t CO ₂ e	1.191.000	1.167.625

Distribución de las Emisiones de GEI 2017



Intensidad de Emisiones CO₂ - Alc 1+2 (Kg CO₂e/hl Producido)



Emisiones Atmosféricas Locales

Indicador GRI 305-7

Tipo de Emisiones	Métrica	2016	2017
NO _x	kg	116.343	93.079
SO _x	kg	105.181	24.147
COV	kg	3.746	3.734
MP	kg	38.132	29.834

Nota: NO_x = Óxidos de Nitrógeno, SO_x = Óxidos de Azufre, COV = Compuestos Orgánicos Volátiles, MP = Material Particulado.

Emisiones que agotan la capa de ozono

Indicador GRI 305-6

Las emisiones de sustancias que tienen el potencial de agotar la capa de ozono aumentaron un 18% en comparación al año 2016, siendo principalmente emisiones fugitivas de gases de tipo HCFC y HFC, sustancias refrigerantes utilizadas en los equipos de refrigeración industrial y climatización de las plantas productivas y oficinas de la Compañía.

Emisiones de SAO (*)

Métrica	2016	2017
t métrica de CFC-11	0,0077	0,0091

(*) Sustancias que agotan la capa de ozono. Las sustancias que se incluyeron en el cálculo fueron HCFC: 141b, R22, R123.

Premio a la Innovación Ambiental

En CCU obtuvimos el VIII Reconocimiento Ambiental 2017 otorgado por el Comité de Clima, Energía y Agua de la Cámara Chileno Británica de Comercio, en la categoría Huella de Carbono. Esta distinción fue gracias al proyecto de camiones eléctricos que nuestra área de Logística implementó en el centro de Santiago, como parte del nuevo modelo de distribución.

Asimismo, Pacto Global Chile premió nuestros logros en materia de reducción de emisiones, en el contexto del Sistema de Integración de sus Principios (SIPP).



El alcance de los indicadores ambientales informados en este documento considera nuestras operaciones en Chile y Argentina.

Consumo de Energía

Indicadores GRI: 302-1, 302-3, 302-4

El consumo de energía directa proveniente de fuentes no renovables fue de 1.191.583 Gigajoules (GJ) en 2017, un 18,4% menor que el 2016. Esto se debe principalmente a eficiencia de procesos y renovación tecnológica.

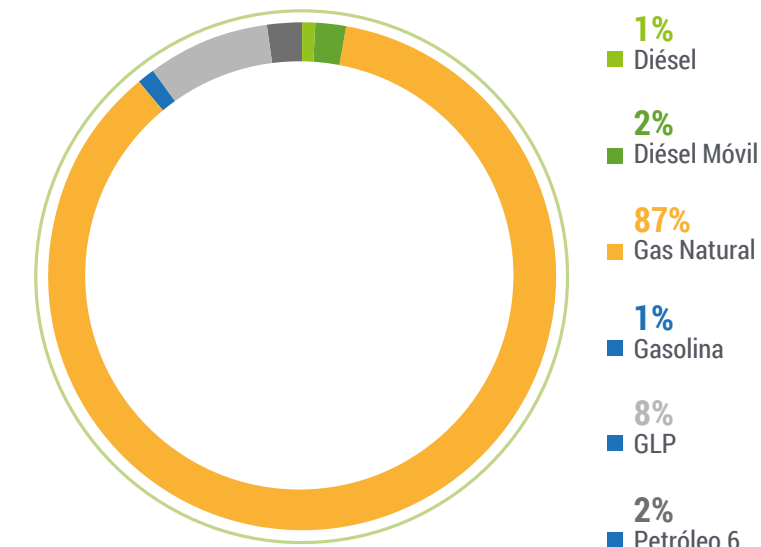
Consumo de Combustibles de Fuentes No Renovables

Tipos de combustibles	2016	2017
	GJ	GJ
Combustibles para Generación de Vapor (Calderas)		
Gas Natural	1.144.442	1.033.085
GLP	27.062	30.775
Diésel	7.046	1.701
Petróleo 6	166.977	23.740
Carboncillo	0	0
Combustibles para Casinos – Baños		
GLP	8.010	7.457
Gas Natural	1.954	0
Combustibles Grúas para Movimiento Interno		
GLP	70.324	63.628
Combustibles para Generación de EE* (Respaldo)		
Diésel	2.767	6.001
Petróleo 6	0	210
Combustibles Vehículos		
Gasolina	84	1.160
Diésel móvil	31.868	23.827
Total	1.460.534	1.191.583

*EE: Energía Eléctrica.

La matriz de consumo de combustibles fósiles (no renovables) está conformada principalmente por gas natural, el cual es una de las mejores alternativas por sus menores emisiones locales y Gases de Efecto Invernadero. Durante 2017, el gas natural representó el 87% del consumo de energía no renovable.

Distribución de Consumo de Combustibles No Renovables 2017



El consumo de energía directa de fuentes renovables del año 2017 fue de 131.972 GJ, destacando el aporte de energías renovables no convencionales de las plantas de biogás de Viña San Pedro, Cervecería Santiago y Cervecería Temuco.

Consumo de Combustibles Renovables

Tipos de combustibles renovables	2016	2017
	GJ	GJ
Biogás generado	35.856	30.915
Leña	107.133	101.057
Total	142.989	131.972

Respecto del abastecimiento de energía eléctrica, nuestras plantas se alimentan a partir de los distribuidores del Sistema Interconectado del Norte Grande (SING), Sistema Interconectado Central (SIC), Sistema Eléctrico Aysén y Sistema Eléctrico de Magallanes. Para el caso de las operaciones trasandinas, esta energía proviene del Sistema Eléctrico Argentino.

El consumo de energía eléctrica externa (mix renovables y no renovables) fue de 768.768 GJ para el año 2017, un 1% menor respecto de 2016.

Consumo de Electricidad Externa

Abastecedor	2016	2017
	GJ	GJ
Sistema Interconectado Central	590.881	563.586
Sistema Interconectado Norte Grande	18.611	16.645
Sistema Eléctrico de Magallanes	8.498	3.649
Sistema Eléctrico de Aysén	253	254
Sistema Eléctrico de Argentina	157.718	184.634
Total	775.961	768.768

También contamos con electricidad autogenerada con ERNC con una mini central hidroeléctrica en Viña Tarapacá. En 2017, se generaron 5.351 GJ.

Consumo de Electricidad Renovable

Abastecedor	2016	2017
	GJ	GJ
Electricidad Autogenerada ERNC	306	5.351
Total	306	5.351

El consumo total de energía (No Renovable + Renovable) para el año 2017 fue de 2.097.674 GJ, un 11,9% menor que el año 2016.

Consumo Total de Energía (GJ)

	2016	2017
Consumo total de energía (GJ)	2.379.790	2.097.674

La intensidad energética para el año 2017 fue de 84,07 MJ/hl, menor en un 5% a la del año 2016.

Intensidad Energética* (MJ/hl Producido)

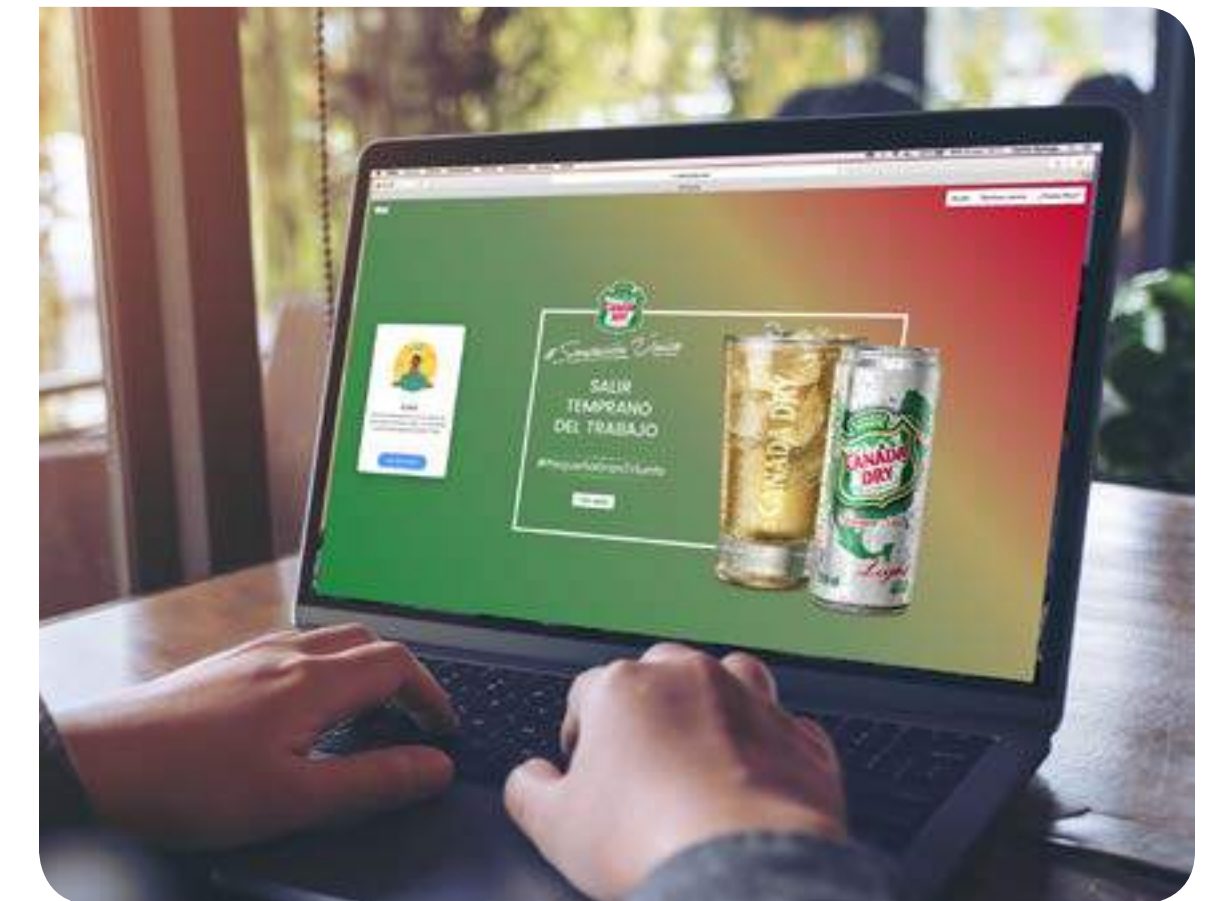
	2016	2017
Intensidad energética (MJ/hl Producido)	88,96	84,07

*Considera los combustibles fósiles y la electricidad.

En 2017 logramos reducir 690.064 GJ, comparado con la línea base del año 2010. La reducción está dada por proyectos de mejora y renovación tecnológica, mayor eficiencia en los procesos productivos y en el uso de combustibles. Al respecto, podemos destacar en Cervecería Santiago las mejoras en la planta térmica; el economizador de calderas en Cervecería Temuco; la recuperación de condensados en ECCUSA Modelo y la aislación de redes de frío en VSPT Wine Group. Paralelamente, continuamos el cambio de grúas GLP a eléctricas en Transportes CCU.

	Métrica	2016	2017
Reducción del consumo energético (*)	GJ	550.435	690.064

* La metodología de cálculo es Business as Usual, usando el KPI MJ/hl del año base (2010) con las producciones actuales comparado con el consumo de energía real.

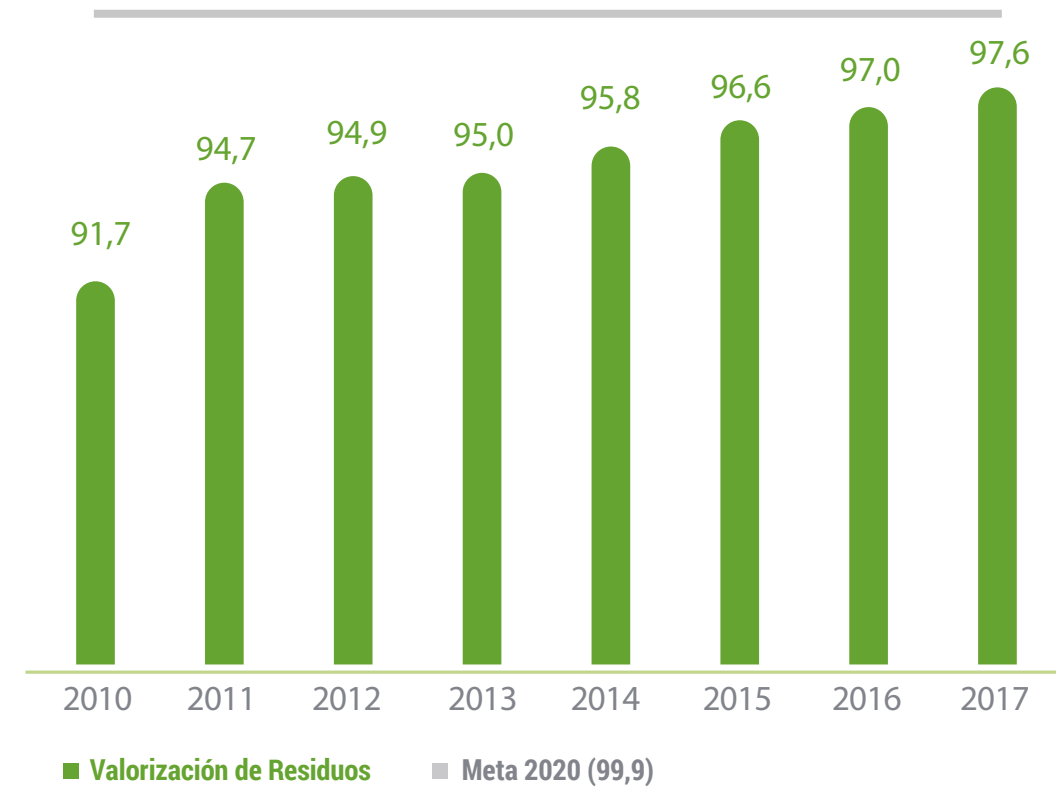


Gestión de Residuos

Indicadores GRI: 306-2

Durante el año 2017, logramos la valorización del 97,6% de nuestros residuos industriales sólidos, cifra superior a la de 2016 (97%).

Objetivo Clave 2: Valorización de Residuos Sólidos (%)



Los residuos sólidos industriales que se producen anualmente en las operaciones de CCU en Chile y Argentina corresponden principalmente a residuos no peligrosos.

El total de residuos de CCU, entre residuos peligrosos y no peligrosos, corresponde a un volumen de 241.461 t para 2017.

Tipos de Residuos

- Residuos orgánicos: Corresponden a residuos que provienen de la elaboración de cerveza y vino, siendo utilizados principalmente para la alimentación de ganado, co-proceso o compostaje.
- Residuos reciclables: Corresponden a materiales de envases y embalajes de materias primas, materiales de fabricación y mermas del proceso productivo. Corresponden principalmente a vidrio, plásticos, cartones y latas de aluminio, entre otros. Estos residuos son entregados generalmente a empresas gestoras de residuos que los incorporan a sus propias cadenas de valor.
- Residuos orgánicos no reciclables: Corresponden principalmente a etiquetas, lodos, tierras filtrantes, entre otros, respecto de los cuales resulta complejo realizar una separación y clasificación, por lo que generalmente son dispuestos en rellenos sanitarios.
- Residuos asimilables a domésticos: Corresponden principalmente a los residuos generados en casinos, camarines y baños.
- Residuos Peligrosos (ResPel): Corresponde a un volumen marginal (menor al 0,01%), resultante de procesos de mantenimiento y lubricación de equipos y motores, los cuales son eliminados siguiendo procedimientos específicos de seguridad.

Las siguientes tablas muestran la generación los volúmenes de residuos no peligrosos y peligrosos.

Residuos No Peligrosos

Tipos de residuos	Métrica	2016	2017	Destino / Método de eliminación
Residuos orgánicos valorizados	kg	195.922.693	208.332.330	Compostaje/alimento de ganado
Residuos reciclables	kg	25.840.940	27.231.340	Reciclaje
Residuos orgánicos no reciclables	kg	806.950	835.666	Eliminación
Residuos asimilables a domésticos	kg	6.235.168	4.885.114	Eliminación
Total	kg	228.805.751	241.284.450	

Residuos Peligrosos

Tipos de residuos	Métrica	2016	2017	Destino / Método de eliminación
Residuos peligrosos	kg	162.370	176.869	Disposición en destinatarios autorizados

Campañas de concientización y buenas prácticas

El área Logística lideró importantes iniciativas medioambientales, con el objetivo de continuar fortaleciendo una cultura sustentable al interior de nuestra Compañía y fomentar el compromiso con el medioambiente.

En el marco de nuestros desafíos de Excelencia Operacional, además de la implementación de vehículos eléctricos y el proyecto "Reacciona" para promover el uso racional de agua y energía eléctrica, en octubre de 2017 se lanzó una campaña de Puntos Verdes, que promueve el reciclaje en las oficinas ubicadas en los Centros de Distribución de Quilicura, Curauma, Llay Llay y Talcahuano, gracias al éxito del piloto implementado en Santiago Sur.

Asimismo, en el edificio Corporativo implementamos un sistema de reciclaje en alianza con la Municipalidad de Las Condes. Este hito convierte al Edificio Corporativo en el primero en adoptar un Sistema Coordinado de Reciclaje en la comuna.

Como primera medida, se retiraron los basureros de cada uno de los puestos de trabajo, y a cambio se instalaron en los 26 pisos del edificio –donde se encuentran además otras 11 empresas– Puntos Limpios que indican claramente el tipo de residuo que debe depositarse en ellos. Además, se implementó un plan de comunicación y capacitación interna al personal de aseo y administración del edificio, los que apoyarán con el control y funcionamiento de dicho proyecto.

Los papeles, diarios, revistas, plásticos PET, cartones, latas y vidrios acumulados son retirados por la Municipalidad de Las Condes, a través de "Punto Limpio Móvil", sistema logístico que distribuye el material retirado a organizaciones dedicadas a la reducción, reutilización y reciclaje de este tipo de desechos.

Por otra parte, en 2017 apoyamos programas de certificación de recicladores base que realizan su labor en el entorno de algunas de nuestras plantas.

Materias primas y Materiales de fabricación

Indicadores GRI: 301-1, 301-2, 301-3

Conforme a nuestra preocupación por la calidad e inocuidad de las materias primas para la elaboración de nuestros productos, aplicamos altos estándares a lo largo de nuestra cadena de valor (ver detalles en el Eje Marcas que nos Inspiran, dimensión Innovación y Calidad).

Este compromiso aplica a los insumos en toda su expresión, incluyendo los materiales para la fabricación y envasado de nuestros productos.

En el caso de nuestro portafolio de cerveza, utilizamos como materia prima principalmente cebada y malta para la cerveza. En el caso del vino y el pisco, la uva. En 2016 utilizamos 191.725 toneladas y en 2017 fueron 184.549, considerando los volúmenes totales de las materias primas mencionadas.

Por su parte, los materiales o elementos de fabricación son aquellos componentes que constituyen envases, empaques y embalajes que permiten entregar y comercializar adecuadamente cada uno de los productos que se ponen en el mercado.

En cuanto a los materiales de fabricación no renovables, el vidrio y las resinas de PET son los principales que se utilizan para la elaboración de los envases, en Chile y Argentina. Durante 2017, el abastecimiento de materiales de fabricación correspondió a 143.681 t (No Renovables), 12% menos respecto de 2016.

Asimismo, en este período registramos una importante disminución en el abastecimiento de vidrios y plástico, con un 12% y 17% respectivamente. En el caso del aluminio, aumentó en un 3% respecto del año anterior.

Abastecimiento de Materiales No Renovables *

Nombre del Material	Tipo de material	Unidad de Medida	2016	2017
Vidrio	Vidrio	kg	114.838.959	101.469.000
Plástico	Plástico	kg	37.790.564	31.255.304
Aluminio	Aluminio	kg	10.682.694	10.956.767
Total		Kg	163.312.217	143.681.070

* GRI: Recurso que no se renueva en períodos de tiempo cortos.

El cartón es el principal material de fabricación renovable, siendo utilizado en el embalaje de los productos. Durante el 2017 se adquirieron 12.860 t, un 19% más que en el año anterior.

Consumo de Materiales Renovables*

Nombre del Material	Tipo de material	Unidad de Medida	2016	2017
Cartones	Cartón	kg	10.842.789	12.860.925

GRI: Material procedente de recursos abundantes que se reponen con rapidez mediante ciclos ecológicos o procesos agrícolas, de modo que los servicios proporcionados por estos y otros recursos vinculados no están en peligro y siguen disponibles para próximas generaciones.

Materiales de Fabricación Reciclados

En aquellos casos donde técnicamente es posible cautelar su calidad e inocuidad, utilizamos insumos que contengan materiales reciclados.

Composición de Materiales de Fabricación

Proporción reciclado (%)	2017
Vidrio	26%
Aluminio	70%
Cartones	75%

Fuente: Información proporcionada por proveedores.

Retornabilidad

Durante 2017, un 18% de nuestros productos utilizaron envases retornables.

Productos Retornables	2016	2017
Materiales de envasados reutilizados / Retornabilidad	22%	18%

(*) Corresponde al volumen de ventas con envases retornables (retornabilidad).

Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP)

Nuestra Compañía se encuentra afecta a la Ley REP, que busca que las empresas productoras de envases y embalajes gestionen y financien la recolección y valorización de estos materiales, impidiendo que sean dispuestos en un relleno sanitario. En 2017 dimos cumplimiento al requisito normativo de informar en el Sistema Ventanilla Única del RETC los materiales de envases y embalajes que fueron dispuestos en el mercado con la comercialización de productos.

La Ley REP y sus reglamentos, actualmente en desarrollo, definirán las metas de recolección de envases y embalajes.

Consumo, Descarga y Reutilización de Agua

Indicadores GRI: 303-1, 303-3, 306-1

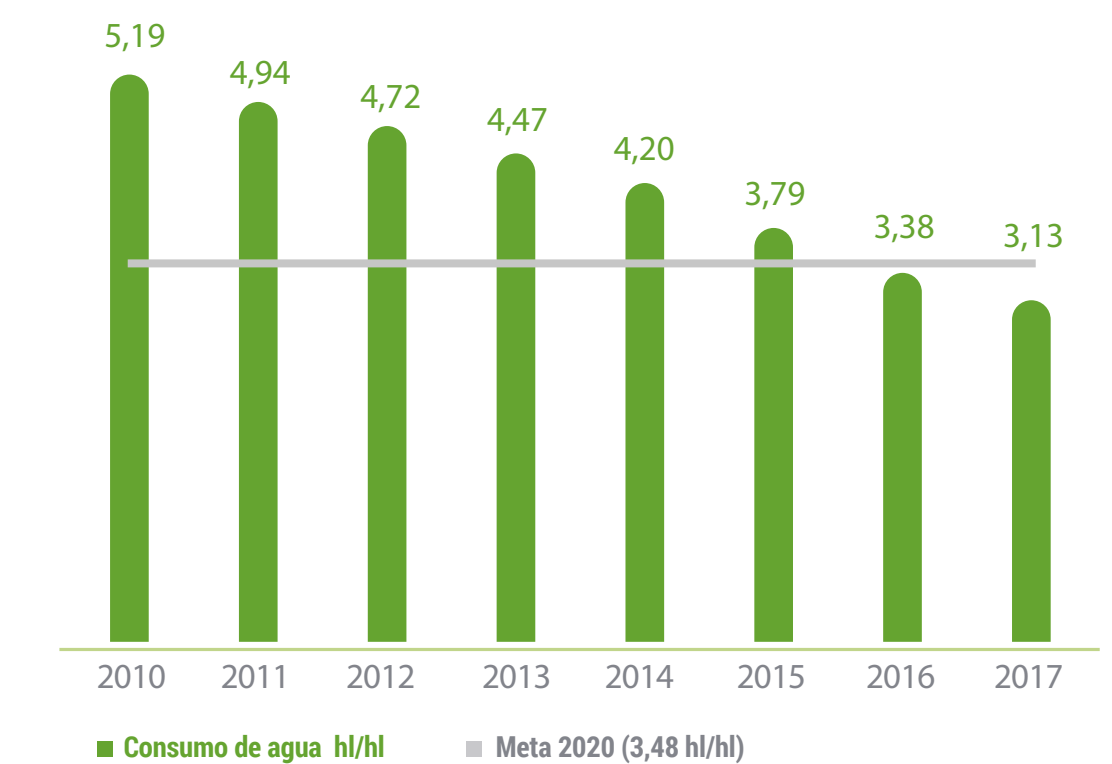
El agua es un insumo clave para la elaboración de nuestros productos. Preliminarmente, hemos analizado su disponibilidad en relación con ciertas zonas y comunas donde se localizan algunas de nuestras plantas de producción y operaciones, entre ellas, Ovalle, Montepatria, Salamanca y Sotaquí, en el norte del país, así como en Quilicura, Región Metropolitana de Santiago.

Constituye un desafío para nuestra Compañía avanzar en la identificación de aquellas zonas denominadas con estrés hídrico, a objeto de establecer líneas de base que permitan desarrollar planes de manejo a largo plazo, considerando que se trata de una realidad mundial y no sólo afecta a nuestro país.

En términos de gestión, contamos con un KPI de Consumo de Agua relacionado con la intensidad de su uso a nivel industrial (hl de agua captada/hl producido). El agua de uso doméstico (casinos, baños y camerinos), como también el agua empleada para riego de jardines y áreas verdes, no es considerada en esta medición.

La meta de reducción de consumo de agua se logró el año 2016. A la fecha, llevamos un 120,4 % de cumplimiento.

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



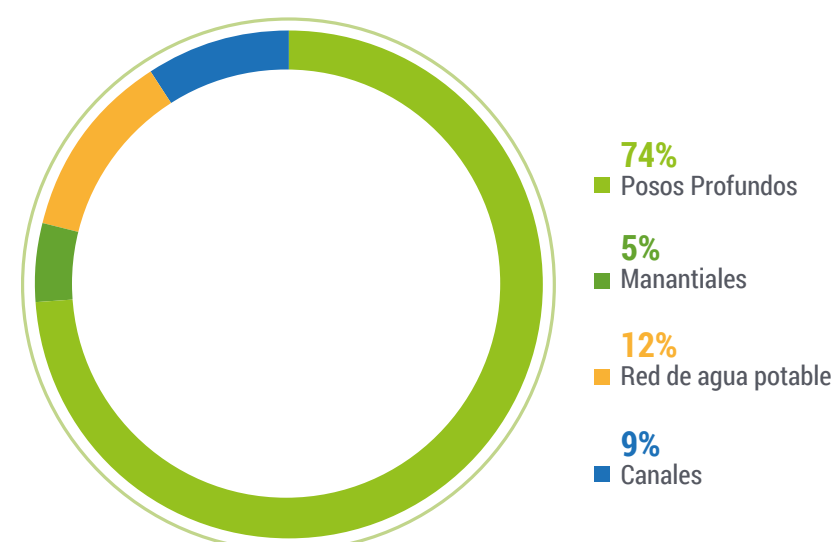
En términos de consumo de agua, durante el año 2017 correspondió a 7,7 millones de m3, un 4% menos que en el período anterior.

Consumo de Agua

Tipos de fuentes	Métrica	2016	2017
Pozos profundos	m3	5.960.755	5.703.389
Red de agua potable	m3	876.773	876.401
Canales	m3	766.241	713.882
Manantiales	m3	391.255	383.612
Total Consumo	m3	7.995.024	7.677.285

Para el año 2017, el origen del agua consumida es mayoritariamente de pozo profundo, con un 74%, seguido por el agua de la red de agua potable, con un 12%; canales, con un 9% y un 5% proveniente de manantiales.

Distribución del Consumo de Agua 2017



Aguas Residuales

Indicador GRI 306-1

Contamos con sistemas de tratamiento de los residuos industriales líquidos (RILES) generados por nuestras operaciones. Ello permite descargar el agua según la normativa ambiental vigente o darle un destino diferente. Durante 2017 se descargaron, evaporaron e infiltraron 5,1 millones de m3, un 14% menos respecto de 2016.

Descargas de Aguas Residuales (RILES)

	Métrica	2016	2017	Destino
Redes de alcantarillado de Empresas Sanitarias	m3	2.318.931	2.053.704	Redes de alcantarillado de E. Sanitarias
Cursos superficiales de agua	m3	3.222.399	2.732.158	Cursos superficiales de agua
Uso interno calidad de riego	m3	351.894	275.503	Uso interno calidad de riego
Evaporación forzada	m3	9.932	9.612	Evaporación forzada
Infiltración	m3	57.720	50.015	Infiltración
Total		5.960.876	5.120.992	

Reutilización de agua

Indicador GRI 303-3

El concepto de agua reutilizada se refiere al agua que sale de nuestras plantas de tratamiento de RILES y que tiene un destino distinto a la disposición final en alcantarillado, cursos de aguas superficiales o infiltración. Esto permite que se reemplace la captación de agua fresca para algún proceso, por ejemplo, la destinada para riego.

En 2017 se reutilizó menos agua, principalmente debido a que las plantas han disminuido de manera significativa su consumo de agua. Nuestro KPI de consumo de agua reflejó en 2017 una disminución de un 4% respecto de 2016. A modo de ejemplo: la planta Antofagasta, que recicla el 100% del agua, bajó un 14% su indicador de consumo de agua en 2017.

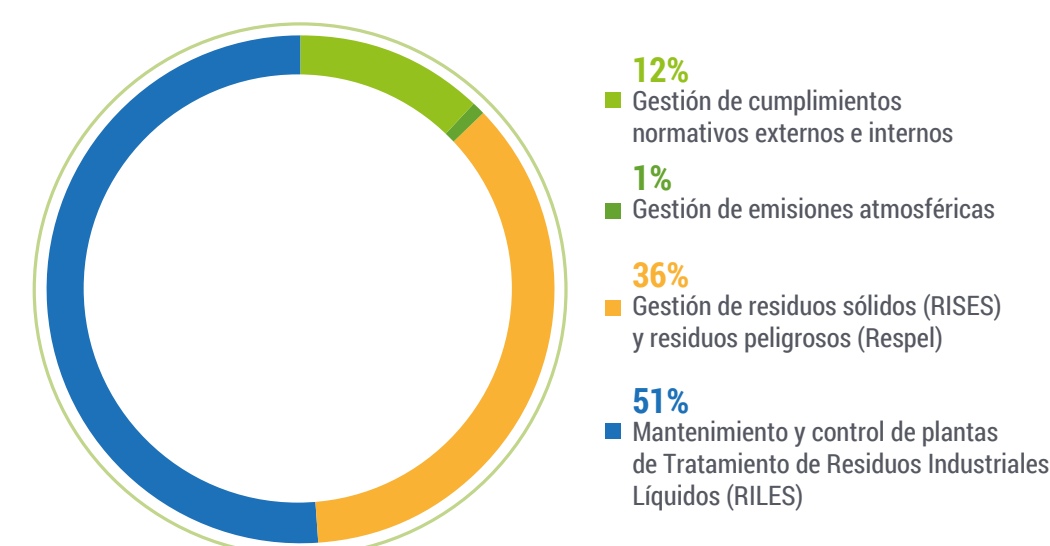
Reutilización de Agua	Métrica	2016	2017
Agua reciclada y reutilizada	m3	418.228	345.656
	%	5,23%	4,50%

Inversión / Gasto Ambiental

Los principales gastos medioambientales de nuestra Compañía se relacionan con RILES, RISES, Emisiones Gaseosas (calibraciones y verificaciones de los instrumentos de control y operación de fuentes fijas) y otros montos asociados a la verificación y cumplimiento de los sistemas de gestión ISO 22000, Inocuidad de Alimentos; ISO 14000, Gestión Ambiental, y OHSAS 18001, de Salud y Seguridad Laboral, cuya implementación y certificación constituye un objetivo corporativo de CCU.

Durante el año 2017 destinamos M\$ 7.304.575 a gastos ambientales, un 7,7% más que en 2016. La siguiente gráfica ilustra su distribución.

Distribución de los Gastos Ambientales durante 2017



Nota: Más detalles de los Gastos Ambientales por Unidades de Negocios se informan en la Memoria Financiera CCU 2017.

Cumplimiento Normativo Ambiental

Indicador GRI 307-1

El cumplimiento normativo y regulatorio es un objetivo prioritario y un aspecto relevante de nuestra gestión a nivel transversal. Durante 2017, no registramos multas, como tampoco impactos significativos que calcen con la descripción conforme a la legislación en cuanto a materias ambientales. Los únicos impactos previstos, y que no han sido significativos, son los relacionados con emisiones, residuos, ruidos y olores, que son debidamente reportados a través del Sistema de Ventanilla Única del Registro de Emisiones y Transferencia de Contaminantes (RETC) y a través del sistema SIDREP (Sistema de Declaración y Seguimiento de Residuos Peligrosos).

Cabe recordar que en 2015 presentamos una Declaración de Impacto Ambiental (DIA) al Ministerio de Medioambiente (MMA), específicamente, ante el Servicio de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA Chile) por nuestro proyecto Embotelladora CCU Renca, el cual busca ampliar la capacidad productiva y logística, con el fin de satisfacer la demanda futura de bebidas gaseosas, aguas saborizadas, néctares y bebidas deportivas.

Durante los meses de abril y mayo de 2016, dicha DIA fue aprobada, al igual que el Estudio de Impacto Vial (EISTU) que se llevó a cabo paralelamente. Ambos permisos, ambiental y vial en conjunto, permitieron que, a partir de mayo del 2017, haya comenzado la construcción del Centro de Distribución, en la zona industrial de la Comuna de Renca. A lo largo de este año, se continuó tramitando permisos sectoriales con miras a obtener la recepción final del Centro Distribución dentro del primer semestre de 2018 y su operación en el segundo semestre.

En relación con la Planta Productora, ésta se encuentra en etapa desarrollo de ingeniería, proceso que se extenderá hacia el año 2018, para comenzar los trabajos de construcción en 2019.

Por otra parte, se obtuvo la Recepción final del Centro de Distribución de Los Ángeles, en agosto de 2017.

Marcas que nos Inspiran

Hemos declarado que nuestro negocio se sustenta en operaciones con foco y sinergia en multicategoría de marcas de bebestibles de valor y con una promoción consciente en todos los mercados donde estamos presentes.

También consideramos fundamental aplicar y verificar el cumplimiento de los más altos estándares de calidad a lo largo de nuestros procesos, así como promover la innovación, pensando en la mejora continua, la amplitud de nuestra oferta y el bienestar de todos nuestros consumidores.

Consumo Consciente Indicador DSCC.20

Buscamos fomentar un estilo de vida saludable y una actitud responsable en el consumo de nuestros productos. Tal como se describió previamente, como empresa nos hacemos cargo del producto que elaboramos y distribuimos al mercado, desde la perspectiva del consumo responsable y el cuidado del medioambiente, considerando que la experiencia de consumo termina con la disposición final de los envases.

Para CCU, el consumo de alcohol, al igual que la mayoría de los productos alimenticios, es beneficioso si se hace de forma moderada y responsable, y resulta perjudicial si se hace en exceso. En este sentido, educar en el Consumo Responsable de Alcohol representa una contribución concreta en la búsqueda del bienestar de la comunidad y constituye uno de nuestros propósitos como Compañía.

Tal ha sido nuestro compromiso, que hemos trabajado durante 19 años en el tema a través de nuestro Programa "Educar en Familia CCU". Esta iniciativa pionera busca apoyar a los padres de hijos preadolescentes en el correcto consumo de los productos con alcohol, poniendo énfasis en que los menores de edad no deben beber y destacando la importancia del diálogo familiar y la entrega de información adecuada.



El programa es implementado en colegios municipales y particulares, centros penitenciarios, mediante charlas, las que también se extienden a trabajadores, proveedores y clientes de CCU. Durante 2017, realizamos 77 talleres, donde hubo 3.344 asistentes, entre profesores, alumnos, gendarmes e internos, y trabajadores CCU, con una cobertura indirecta de 13.376 personas.

Dentro del Programa de Consumo Responsable de Alcohol se incluyen las campañas para prevención de accidentes viales

en festividades, un ejemplo es la que se realiza en colaboración con Carabineros de Chile para Fiestas Patrias, además de las campañas viales educativas, la de verano responsable y acciones permanentes en puntos de venta, que incluyen el requisito de no vender alcohol a menores. Todo ello junto con la inclusión de mensajes en las etiquetas de los envases y material publicitario en productos con alcohol, de acuerdo con la normativa (ver detalles más adelante).



Política de Alcohol CCU

CCU cuenta con una Política de Alcohol CCU dirigida a todos los integrantes de CCU y empresas relacionadas.

Este documento se informa a los trabajadores al momento de su ingreso y se encuentra disponible en la intranet. Su objetivo es exigir un comportamiento responsable a todas las personas que componen CCU.

El objetivo de educar en el consumo responsable se concreta a través de programas y campañas destinadas a diversos públicos: padres, clientes, trabajadores, contratistas y comunidad en general.

Asimismo, contamos con un Código de Comunicaciones Responsables, que establece nuestras directrices para el desarrollo de comunicaciones comerciales, alineadas al cumplimiento legal y la necesidad de fomentar en la sociedad un consumo consciente.

Un instrumento específico de gestión en este ámbito es nuestro Índice Compuesto de Promoción del Consumo Responsable, que se compone de la sumatoria de las ponderaciones asignadas a cada Unidad de Negocio en relación con las acciones de promoción de consumo responsable efectivamente realizadas durante el periodo anterior, respecto de Comunidad, Proveedores, Clientes, Trabajadores y Consumidores.

Avances del Programa "b.b.bien"

En VSPT Wine Group contamos con el programa de consumo responsable "b.b.bien", el cual fue creado en 2011 con el propósito de lograr gestionar un potencial riesgo en nuestra industria. Debido a que somos productores y comercializadores de vino, creemos que tenemos la responsabilidad de educar a nuestros trabajadores, clientes y consumidores sobre la importancia de consumir alcohol de manera responsable en todo momento.

Este programa tiene tres grandes objetivos principales:

1. Difundir la pasión por el vino: Creemos importante que todos compartamos el mismo valor de la pasión por el vino, por lo que, junto con nuestras acciones de sensibilización en el consumo consciente, también nos enfocamos en enseñar sobre la historia del vino, sus cepas, valles de Chile, cómo hacer una correcta degustación, entre otras orientaciones.

Plasmamos esta labor a través de actividades experienciales, como las ferias del vino, y talleres "b.b.bien" en todas nuestras inducciones corporativas, mediante degustaciones de nuestras marcas.

2. Apoyamos y fortalecemos el rol parental frente al consumo de alcohol a través de un programa de talleres dirigido a nuestras comunidades de Molina e Isla de Maipo. En estas instancias buscamos crear un ambiente de confianza y aprendizaje de los problemas que puede provocar el consumo de alcohol. Además, entregamos herramientas para mejorar la comunicación padre-hijo y saber qué hacer.

3. Educamos sobre consumo de vino, y sobre la importancia de equilibrar la vida sana con la entretención de manera responsable. Este último taller se hace a nivel interno con ocasión de las inducciones corporativas a nuevas incorporaciones y promovemos que todos nuestros trabajadores cumplan el rol de embajadores del programa "b.b.bien".

Cifras de las actividades 2017:

- Se realizaron cuatro inducciones de nuevas incorporaciones a la compañía, con 16 asistentes en promedio en cada una.
- Se llevaron a cabo cuatro talleres en Argentina, con 100 asistentes en total, considerando nuestra planta de Finca La Celia y las oficinas de Mendoza.
- Se desarrolló el Taller Rol Parental con la comunidad de Molina, al que asistieron 30 personas en total.

Campaña de CPCh en bares

En el caso de nuestra unidad de negocios Compañía Pisquera de Chile (CPCh), llevamos a cabo una actividad sobre consumo responsable en la víspera de Fiestas Patrias, en la que participaron 33 trabajadores.

Este equipo visitó bares de Santiago para difundir tres mensajes mediante flyers que se entregaron a los consumidores: recordando que los menores de edad no pueden beber alcohol, tampoco las embarazadas y reforzando el mensaje de "Si tomas, no manejes".

Por otra parte, queremos destacar que, con ocasión de la Exponor realizada en mayo de 2017, nuestra marca Manantial se sumó a la campaña sobre consumo consciente que impulsa CCU, entregando información a los asistentes a dicha feria minera que tuvo lugar en Antofagasta.

Comunicación Responsable y Etiquetado de Productos

Indicador GRI: 417-1

Nuestro enfoque de gestión en este aspecto material para nuestra Compañía también deriva de los objetivos clave que nos planteamos al formalizar la Estrategia de Sustentabilidad CCU, en particular, en el eje Marcas que nos Inspiran. Durante años, hemos ido más allá del requerimiento normativo, comprometiéndonos con una promoción proactivamente responsable de todo nuestro portafolio.

Considerando los temas regulatorios, el etiquetado de los productos CCU se rige en primera instancia por la legislación vigente en el país



de venta del producto. En el caso de Chile, se trata del Reglamento Sanitario de los Alimentos, en materia de productos sin alcohol (gaseosas, agua, néctares, jugos en polvo, energéticas), y su modificación, a raíz de la Ley 20.606 sobre composición nutricional de los Alimentos; y la Ley de Alcoholes, con su respectivo reglamento, en el caso de las bebidas con contenido alcohólico. Para ambas regulaciones, el etiquetado aplica al 100% de nuestros productos.

Paralelamente, en CCU adherimos a los acuerdos de la industria, incluyendo los productos sin alcohol, a través del sistema GDA (Guía Diaria de Alimentación), lo que se traduce en incorporar información nutricional complementaria en cada producto.

Asimismo, y como muestra de buena práctica, tenemos instrumentos de regulación interna: el "Sistema de Mensajes CCU" (SMCCU) y el Código de Comunicaciones Responsables. El primero considera información adicional para la gran mayoría de las marcas comerciales de CCU (80%) y consiste en un sistema de tres "cápsulas" que se incluyen en la etiqueta, envoltorio y/o empaque primario y secundario. La primera cápsula está destinada a establecer contacto entre el consumidor y la Compañía, a través del número de teléfono del Servicio de Atención al Consumidor y las páginas web del producto y la corporativa de CCU. La segunda cápsula contiene recomendaciones de cómo disfrutar mejor el producto. En la tercera

cápsula se indica que se trata de un producto para mayores de 18 años, se entregan recomendaciones sobre consumo responsable de alcohol e invita a una vida saludable.

Además, las etiquetas contienen los íconos correspondientes a si el envase es desechable o retornable.

En cuanto al "Código de Comunicaciones Responsables", se trata de un documento interno de autorregulación estructurada, para que todas las comunicaciones se mantengan dentro de los límites que se estimen responsables y correctos, ayudando a orientar a clientes, consumidores y a la sociedad en general, acorde con nuestros objetivos de sustentabilidad.

Esta herramienta contiene Principios Generales, de alcance para todos los productos CCU, tanto aquellos con alcohol como sin alcohol, y Principios Aplicables a Productos con Alcohol, estableciendo que todos los productos alcohólicos deben incluir mensajes que son exclusivamente para mayores de edad e invitar a un consumo responsable del producto. Esta norma interna sobre etiquetado rige para el Sistema de Mensajes a incorporar en los productos (SMCCU) y la publicidad que se haga de ellos.

Innovación CCU

Indicador CCU2

Como muestra de la importancia que asignamos a este ámbito, y considerando la manera en que las tendencias clave están cambiando a la industria, en 2017 se define la creación del área de Innovación en CCU, bajo la dependencia de la Gerencia de Gestión del Cambio

Dentro de los principales objetivos se define crear ventajas competitivas en base a tecnología de punta, a través de un proceso robusto de Innovación disruptiva, que impacte en toda la Cadena de Valor y a su vez centralizar dichos esfuerzos de la compañía en esta área.

Para ello se ha definido un proceso de sistema de gestión de la innovación, el cual cuenta con una serie de etapas y tareas, que buscan dar respuesta a las oportunidades y desafíos que se planteen como compañía. Asimismo, queremos implantar una Cultura de la Innovación en CCU, a fin de incorporar las mejores prácticas y soluciones, pensando en nuestros consumidores y clientes.

Durante este año avanzamos en una serie de iniciativas que muestran el trabajo realizado. A continuación, comentamos algunos de estos proyectos y procesos.

- **Reciclaje de otro mundo**

Este proyecto consistió en atraer la atención de nuestros consumidores, a través de la implementación de un sistema de reciclaje en colegios, lo que contribuye a potenciar la valoración de nuestras marcas al identificarlas con importantes causas concretas.

- **Flota ECO**

La iniciativa de camiones eléctricos se enmarca dentro de los objetivos ambientales de CCU, para lo cual se trabajó en conjunto con los stakeholders involucrados, con el fin de desarrollar un proyecto que beneficie a toda la comunidad. Ello refleja de manera concreta nuestro espíritu innovador y el compromiso con las mejores prácticas de sustentabilidad.

El proyecto implica el inicio de un proceso de reconversión de tecnología de la flota de distribución, con el objetivo de incorporar



soluciones de transportes más eficientes, diseñadas para cumplir un rol específico, contribuyendo al cuidado del medioambiente.

Hoy contamos con cuatro vehículos eléctricos de dos toneladas, cuya autonomía es de 50 km. La recepción por parte de nuestros clientes y personal de distribución ha sido positiva, logrando en cuatro meses llegar a los objetivos planteados.

Estamos en evaluación de vehículos de mayor tonelaje para cubrir el resto de la zona centro, cuya red la componen 12 camiones de 6 toneladas, los cuales serían reemplazados por 8 camiones eléctricos de 6 toneladas, con una autonomía de 150 km.

(Para más detalles, ver contenido de Logística y Distribución).

- **CCU Argentina "Innpacta"**

En Argentina lanzamos otra edición de "Innpacta", una convocatoria de ideas-proyectos de emprendedores innovadores de las ciudades Buenos Aires, Salta and Santa Fe, buscando soluciones a los desafíos reales de la industria de bebidas, conectados a nuevas experiencias de consumo, exhibición y distribución, gestión de

envases post consumo e información de mercado. Las ideas-proyecto seleccionadas participaron de un Hackaton final de 48 horas en los que, con sesiones de capacitación y momentos de trabajo, transformaron sus ideas en proyectos factibles y atractivos. Durante todo el proceso, más de 150 miembros de CCU participaron de Innpacta, eligiendo y aportando su experiencia como tutores de cada idea.

- **Innovación en procesos**

En cuanto a innovaciones en los procesos a cargo de la Gerencia de Excelencia Funcional (GEF), las iniciativas son múltiples en distintos ámbitos que componen la cadena de valor de CCU.

En Distribución, se han realizado modificaciones al Sistema de Acarreo, separándolo entre de distancias largas, medianas y cortas. En materia de Abastecimiento, innovamos en los procesos de negociación, considerando el alcance regional de las negociaciones.

En el área productiva se ha trabajado implementando mejoras al Sistema TPM, con cambios de estructura y dependencia de las labores productivas, poniendo foco en la eficiencia de los procesos y, por lo tanto, en la reducción de costos.

Las innovaciones que impactan en los COGS (Costs of Goods Sold, Costos de Bienes/Productos Vendidos) permitieron aumentar el margen Ebitda de la compañía en 2,1%, desde 2014 a 2017, aislando los efectos de aumento en volumen y precios de nuestros productos y materias primas. Esta reducción corresponde a, aproximadamente, 5% de los COGS.

Área de Innovación de VSPT Wine Group obtiene fondo CORFO

CORFO seleccionó a VSPT Wine Group para apoyar al área de innovación, bajo la línea de Gestión de la Innovación e Instalación de Capacidades, con el objetivo de impulsar al grupo vitivinícola a pensar en nuevas formas de afrontar próximos desafíos y proyectos.

Este apoyo significa que durante un año VSPT Wine Group contará con asesoría experta para asegurar una metodología más eficiente y permanente en proyectos de innovación, además de un soporte para el trabajo de planes específicos de prototipos y pruebas.

"Estamos muy felices con esta noticia, ya que creemos que es un hito muy importante que comprueba que estamos avanzando en la dirección correcta para acercarnos a nuestro objetivo de convertirnos en una área de innovación referente en la industria", cuenta Consuelo Pavón, Jefe de Innovación y Nuevos Proyectos de VSPT Wine Group.

Asegurando la calidad de nuestros productos

Indicadores GRI: 416-1, 102-11, FP5.

3 SALUD Y BIENESTAR



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



La calidad e inocuidad de los procesos, productos y materias primas son parte fundamental de nuestro negocio. La relevancia de este tema frente a los consumidores conlleva un enfoque precautorio, tanto al planificar y desarrollar, como al momento de mejorar productos.

Así, nuestras plantas productoras tienen implementados sistemas de gestión de inocuidad bajo estándares internacionales, los que permiten analizar todas las etapas productivas, evaluando y mitigando los potenciales riesgos de inocuidad alimentaria.

Entre estos sistemas y normas que aplican a las plantas que elaboran y envasan bebidas analcohólicas, así como también a las cervecías y las plantas elaboradoras y envasadoras de bebidas alcohólicas, se cuentan: HACCP, ISO 22000, ISO 9001, FSSC (Food Safety System Certification) y BRC (British Retail Consortium).

Además, en CCU contamos con un programa de evaluación de proveedores gestionado a través de una empresa externa (SGS), que los audita sistemáticamente con los objetivos de verificar si adhieren a los estándares internacionales de inocuidad alimentaria (proveedores de materias primas) y asegurar que aplican un sistema de gestión de calidad (proveedores de materias primas, envases y empaques), que les permitan analizar y responder oportunamente frente a posibles desviaciones de calidad en los ingredientes y/o materiales que suministran a la Compañía.

Por otra parte, nuestros productos a nivel nacional no contienen ingredientes con Organismos Genéticamente Modificados (OGM),

pues las materias primas que los componen son producidas sin esta tecnología. Particularmente, en la categoría cervezas (Chile), contamos con una definición local, que desestima el uso de materias primas OGM en su elaboración, indicándolo en las especificaciones para malta y arroz, con el objetivo de homologarlas en nuestras cervezas conforme a las licencias. Estos requerimientos son conocidos por nuestros proveedores y realizamos verificaciones aleatorias de OGM en arroz, con apoyo de un tercero independiente.

En este ámbito nuestra política es actuar con total transparencia y contamos con los mecanismos de información a consumidores para este y otros temas que se consideren de importancia. Entre estos medios se cuenta nuestro Servicio de Atención al Consumidor, área que puede escalar las consultas a los responsables de cada planta. Por lo anterior, podemos declarar que, durante 2017, el 98% de nuestra producción fue elaborado en sitios certificados por un tercero independiente, de acuerdo con las normas de seguridad alimentaria reconocidas internacionalmente. Al cierre de este informe, se encontraba en curso la auditoría de seguimiento y recertificación de nuestra Planta Modelo. No obstante, el 100% de los productos fueron evaluados con respecto a la inocuidad alimentaria, para los períodos 2016 y 2017.

Cabe señalar que, además, aplicamos estrictamente los requerimientos en este ámbito por parte de nuestros socios comerciales para los productos bajo licencia, los que también se rigen por los más altos estándares internacionales de la industria.



Preocupados por la Salud y la Nutrición

Indicadores GRI: 416-1, FP6, FP7

Conscientes de los desafíos actuales en materia de salud y nutrición, en CCU adherimos a las evaluaciones realizadas por la autoridad respecto del contenido de azúcar en bebidas analcohólicas y a las regulaciones que resultan de dichos análisis.

Contamos con un Programa de Reformulación de Productos, el cual es discutido en los Comités de Formulación de Bebidas Alcohólicas y en el Comité de Formulación de Bebidas Analcohólicas. En ambas instancias se analizan las formulaciones, los nuevos ingredientes que podrían utilizarse, sin alterar la calidad de los productos. Asimismo, en nuestro Comité de Ingredientes Naturales se buscan alternativas para las formulaciones.

En términos generales, es preciso consignar que las bebidas alcohólicas y analcohólicas que conforman el portafolio de nuestra Compañía están destinadas a ser consumidas en ocasiones de esparcimiento y no como aporte nutricional.

Durante el período que se informa, el 29,4% de las bebidas analcohólicas con azúcar fueron evaluadas, a fin de incorporar sellos en sus etiquetas o reformular sus recetas, reduciendo el contenido de azúcar.

Productos analcohólicos evaluados en materia de Salud

2016	2017
32,3%	29,4%

Debemos señalar que tenemos una importante categoría de bebidas que no contienen azúcar, como las aguas minerales saborizadas y

las bebidas gaseosas de las categorías light y cero. Los productos que han sido reducidos en azúcar, con motivo de la Ley 20.606, son los de la categoría néctares de pulpa de fruta. Cabe mencionar que las características de sabor propias de los productos de esta categoría se han mantenido inalterables.

El 15% de las ventas (en Chile para 2017) corresponde a bebidas sin azúcar o que han sido reducidas en azúcar bajo el límite del sello. Si bien el cambio de fórmula (la reducción de azúcar) fue implementado durante 2016, se mantuvo en 2017. En el caso de los productos Watt's, todo su portafolio pasó a la categoría de "Sin azúcar añadida". También podemos informar que lanzamos la línea Zero (cero azúcar) de los productos Bilz y Pap.

En cuanto a otros productos saludables, la Compañía elabora la bebida Gatorade, que está especialmente formulada para ser consumida mientras se practica deporte. Cuenta en su formulación con sales y electrolitos, en la cantidad justa para favorecer la hidratación. Este producto representa un 1,42% de las ventas.

Respecto del elemento sodio, cabe destacar algunos productos que integran el portafolio CCU. Es el caso de las aguas minerales Cachantún y Porvenir, cuya composición es la original de la fuente natural. Dado su bajo contenido de sodio (menos de 5 mg por porción), pueden ser declaradas libres de sodio, de acuerdo con el Reglamento Sanitario de Alimentos, del Ministerio de Salud. Además, las aguas de las marcas Nestlé Purelife y Manantial corresponden a aguas de la categoría purificadas, porque han sido sometidas a un proceso de osmosis para ajustar la concentración de minerales presentes. También son libres de sodio según el reglamento vigente.



Productos reducidos en azúcar y aumentados en ingredientes nutricionales

Categorías de productos		Porcentajes sobre el total de ventas (*)	
		2016	2017
Aguas minerales saborizadas	Sin azúcar	3,60%	3,60%
Gaseosas light y zero	Sin azúcar	3,30%	3,70%
Lipton Tea	Reducido y sin azúcar	0,3%	0,3%
Néctar	Light y reducido en azúcar	8,50%	7,40%
Gatorade	Aumentado en ingredientes nutricionales	1,30%	1,42%

(*) Datos calculados sobre el total de ventas nacional en Hectolitros, incluyendo la marca Manantial.



En el marco de la Estrategia de Sustentabilidad, hemos definido potenciar y/o desarrollar tres categorías de bebestibles en el programa de Innovación y Desarrollo: categoría sin azúcar o reducida, categoría bajo alcohol y categoría de productos aumentados en ingredientes naturales.

Generando valor de marca

Nuestra Estrategia de Sustentabilidad también vela por consolidar, guiar y difundir los valores de las marcas CCU. El compromiso en este sentido consiste en concentrar nuestros esfuerzos y recursos en construir marcas de valor en la mente y corazón de nuestros consumidores, ofreciendo la mayor variedad y accesibilidad de nuestros productos. Y este desafío incluye nuestro trabajo con las marcas que operamos junto a nuestros socios estratégicos.

Estos ámbitos de acción están relacionados con la esencia de las marcas CCU. Para su gestión contamos con nuestro Modelo de Preferencia, que forma parte de los Procesos Directivos de nuestra Compañía. Es importante destacar este punto, pues medimos la "salud" de nuestras marcas de dos formas: en los Balanced Score Card (BSC) y a través de la Gestión de las Áreas Comerciales, relevando la importancia que asignamos a este ámbito de desempeño.

En este contexto, las métricas de sostenibilidad que influyen en el proceso de evaluación de la estrategia de marca son Primera Preferencia y el Índice de Reputación Corporativa, que se aplica junto a Reprtrack para medir la reputación de la marca CCU.

Modelo de Preferencia

El objetivo de nuestro Modelo de Preferencia es identificar causas de generación de Valor de Marca, entregándonos insumos para medir dicho valor. Al mismo tiempo, nuestro modelo identifica los efectos que un mayor Valor de Marca tiene en el desempeño del negocio. Este modelo se construye desde el punto de vista del consumidor, con el Valor de Marca en el centro, articulándose a partir de los distintos puntos de contacto-comunicación que tiene con nuestras marcas.

Para este propósito, utilizamos los medios de comunicación de los cuales disponemos en ambas esferas, nuestro boletín Al Día, la Intranet, la Revista EnCCUentro, así como los canales masivos de redes sociales, la publicidad, el material de apoyo en puntos de venta, determinados auspicios a actividades y eventos, entre otros, para

potenciar a CCU como una marca líder en la industria de bebestibles, multicategoría y de carácter regional, que busca el beneficio de todas las personas con las que se relaciona y el cuidado del medioambiente.

Asimismo, contamos con iniciativas específicas orientadas a interiorizar a clientes y consumidores en torno a los valores y atributos de nuestras marcas, a través de actividades de cata, las que tienen una versión interna en nuestros denominados "paneles de degustación". Es así como todos los productos CCU son probados por un panel de degustadores entrenados al interior de la Compañía. Dicho panel prueba las nuevas formulaciones y evalúa aspectos de calidad, para luego ser sometidas a estudios de mercado.

Satisfacción de consumidores

Indicador CCU3

Parte importante de la responsabilidad asociada a cuidar el valor y la esencia de nuestras marcas radica en tener la capacidad de escuchar a nuestros consumidores y mejorar permanentemente nuestros procesos. En CCU disponemos de un área de Servicio de Atención al Consumidor (SAC) que acoge todas las consultas y requerimientos de nuestros consumidores, analizándolos caso a caso, a fin de lograr la plena satisfacción de este grupo de interés prioritario para la Compañía.

Contamos con distintos canales para recibir dudas o reclamos de los consumidores, entre ellos, como hemos comentado, está la línea 800 366 366, comunicada en todas las etiquetas de nuestros productos, la que atiende todos los días del año, incluyendo festivos, de 8 a 20 hrs. Además, disponemos de un link de contacto en nuestro portal www.ccu.cl y también gestionamos consultas en redes sociales.

En los casos de reclamos de productos, recogemos los antecedentes del consumidor, lo visitamos para retirar el producto y realizamos la investigación correspondiente. Además de cumplir con lo que estipula la Ley del Consumidor en su artículo 19, que garantiza el derecho a la reposición del producto o, en su defecto, a optar por la bonificación de su valor, el área de Servicio de Atención al Consumidor entrega un surtido de productos al afectado por las incomodidades ocasionadas.



Todo este flujo de atención, desde que se contacta el consumidor hasta que es visitado, es medido en la encuesta de satisfacción mensual, la que tiene por objeto capturar información relevante e implementar mejoras en cuanto a calidad de servicio. Le encuesta consta de seis preguntas:

1. ¿El ejecutivo que lo atendió por teléfono fue amable?
2. ¿El ejecutivo entendió fácilmente su requerimiento?
3. ¿El cambio de producto fue realizado en el período comprometido?
4. ¿El representante de la empresa que lo visitó fue cordial?
5. ¿Está conforme con el cambio del producto?
6. ¿La atención entregada cumplió sus expectativas?

Nuestra meta para 2017 consistió en alcanzar un 80% de las respuestas con nota mayor a 5, en una escala de 1 a 7. Durante 2016 y 2017, el 10% de los consumidores que se contactaron con nuestro Servicio de Atención al Consumidor respondieron la encuesta de satisfacción con respecto a nuestra línea de productos analcohólicos, obteniendo un 88,32% y un 90,79% en este índice, respectivamente, lo que significó superar con creces la meta establecida.



07

Anexos

Nuestra Dotación

Indicador GRI: 102-8

Número de Trabajadores por Género y Tipo de Contrato al 31/12/2017

Tipo de contrato	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
Indefinido	4.974	904	5.878	5.111	971	6.082
Plazo Fijo	521	60	581	345	33	378
Total	5.495	964	6.459	5.456	1.004	6.460

Número de Trabajadores por Unidades de Negocio y Tipo de Contrato al 31/12/2017

Compañías	2016			2017		
	Indefinido	Plazo Fijo	Total	Indefinido	Plazo Fijo	Total
CCU S.A.	369	10	379	363	2	365
CCU CHILE	3.758	408	4.166	3.878	302	4.180
VSPT Wine Group	1.133	82	1.215	1.169	29	1.198
Compañía Cervecera Kunstmann	101	21	122	119	6	125
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	233	19	252	234	28	262
Manantial S.A.	284	41	325	319	11	330
Total	5.878	581	6.459	6.082	378	6.460

Número de Trabajadores Contratistas por Unidades de Negocio y Género al 31/12/2017

	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	81	59	140	70	52	122
CCU Chile	753	317	1.069	3.651	417	4.068
VSPT Wine Group	207	3	211	283	26	309
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	38	18	56	36	18	54
Compañía Cervecera Kunstmann	76	0	76	88	0	88
Manantial S.A.	0	0	0	0	0	0
Total	1.155	397	1.552	4.127	513	4.640

Nota: El año 2017 se incorporaron trabajadores contratistas vinculados a la Unidad de Negocio Transportes CCU. No se incorporó la información del personal dedicado a la distribución de productos (choferes de camiones y asistentes). Estamos realizando los esfuerzos necesarios para poder tener disponible esta información en los próximos reportes.

Número de Otros tipos de Trabajadores por Género al 31/12/2017

	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
N° de trabajadores a honorarios	69	38	107	42	35	77
N° de practicantes	56	56	112	110	119	229
Total	125	94	219	152	154	306

Nota: Este año informamos sobre Otros tipos de Trabajadores por Género, informando sobre los trabajadores a honorarios y practicantes.

Indicador GRI: 405-1
Composición del Directorio por Género y Rango Etario

Género	2016				2017			
	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total
Masculino	0	1	8	9	0	1	8	9
Femenino	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	0	1	8	9	0	1	8	9

Composición del Directorio por Género y Rango Etario (%)

Género	2016				2017			
	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total
Masculino	0%	11%	89%	100%	0%	11%	89%	100%
Femenino	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	0%	11%	89%	100%	0%	11%	89%	100%

Trabajadores por Categoría Laboral y Género

Categoría Laboral	2016						2017					
	Masculino		Femenino		Total		Masculino		Femenino		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Gerentes	72	87%	11	13%	83	1%	62	84%	12	16%	74	1%
Subgerentes	195	81%	46	19%	241	4%	192	78%	53	22%	245	4%
Profesionales y técnicos	1.098	68%	506	32%	1.604	25%	1.158	68%	546	32%	1.704	26%
Empleados y operarios	3.736	91%	373	9%	4.109	63%	3.699	91%	360	9%	4.059	63%
Temporeros	394	93%	28	7%	422	7%	345	91%	33	9%	378	6%
Total	5.495	85%	964	15%	6.459	100%	5.456	84%	1.004	16%	6.460	100

Nota: Los porcentajes informados representan la distribución de hombres y mujeres dentro de cada categoría laboral.

Trabajadores por Categoría Laboral y Rango Etario

Categoría Laboral	2016								2017							
	<30 años		Entre 30 y 50 años		>50 años		Total		<30 años		Entre 30 y 50 años		>50 años		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Gerentes	0	0	59	71	24	29	83	1	0	0	54	73	20	27	74	1
Subgerentes	15	6	192	80	34	14	241	4	10	4	203	83	32	13	245	4
Profesionales y técnicos	465	29	912	57	227	14	1.604	25	484	28	999	59	221	13	1.704	26
Empleados y operarios	956	23	2.265	55	888	22	4.109	63	870	21	2.362	58	827	21	4.059	63
Temporeros	165	39	232	55	25	6	422	7	157	42	200	53	21	5	378	6
Total	1.601	25	3.660	57	1.198	19	6.459	100	1.521	24	3.818	59	1.121	17	6.460	100

Nota: Los porcentajes informados representan la distribución de rangos etarios dentro de cada categoría laboral.

Nuevas Contrataciones de Trabajadores con Contrato Indefinido

Indicador GRI: 401-1

Número de Nuevas Contrataciones por Género y Rango Etario / Contrato Indefinido

Género	2016				2017			
	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total
Masculino	323	287	27	637	258	249	25	532
Femenino	115	78	3	196	130	71	5	206
Total	438	365	30	833	388	320	30	738

Tasa de Contrataciones por Género y Rango Etario / Contrato Indefinido (%)

Género	2016				2017			
	<30 años	Entre 30 y 50 años	>50 años	Total	<30 años	Entre 30 y 50 años	>50 años	Total
Masculino	30,7%	9,7%	2,8%	12,8%	25,1%	8,1%	2,5%	10,4%
Femenino	36,9%	15,2%	3,8%	21,7%	38,7%	13%	5,6%	21,2%
Total	32,1%	10,5%	2,9%	14,2%	28,4%	8,8%	2,7%	12,1%

Número de Nuevas Contrataciones por Unidades de Negocio y Rango Etario / Contrato Indefinido

Unidades de Negocio	2016				2017			
	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total
CCU S.A.	34	29	1	64	34	22	3	59
CCU CHILE	174	148	9	331	139	122	13	274
VSPT Wine Group	132	88	12	232	111	75	8	194
Compañía Cervecera Kunstmann	3	8	1	12	5	7	0	12
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	22	20	3	45	47	29	3	79
Manantial S.A.	73	72	4	149	52	65	3	120
Total	438	365	30	833	388	320	30	738

Tasas de Nuevas Contrataciones por Unidades de Negocio y Rango Etario / Contrato Indefinido (%)

Unidades de Negocio	2016				2017			
	<30 años	Entre 30 y 50 años	>50 años	Total	<30 años	Entre 30 y 50 años	>50 años	Total
CCU S.A.	34,7%	13,6%	1,8%	17,3%	34,3%	10,6%	5,4%	16,3%
CCU Chile	22,1%	6,5%	1,3%	8,8%	18,0%	5,2%	1,8%	7,1%
VSPT Wine Group	43,4%	14,3%	5,6%	20,5%	36%	11,6%	3,7%	16,6%
Compañía Cervecera Kunstmann	12,5%	13,1%	6,3%	11,9%	13,9%	10,6%	0,0%	10,1%
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	43,1%	15,2%	6,0%	19,3%	94,0%	21,3%	6,3%	33,8%
Manantial S.A.	74,5%	42,1%	26,7%	52,5%	53,6%	32,3%	14,3%	37,6%
Total	32,1%	10,5%	2,9%	14,2%	28,4%	8,8%	2,7%	12,1%

Número de Nuevas Contrataciones por Unidades de Negocio y Género / Contrato Indefinido

Unidades de Negocio	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	34	30	64	35	24	59
CCU Chile	279	52	331	210	64	274
VSPT Wine Group	159	73	232	118	76	194
Compañía Cervecera Kunstmann	9	3	12	11	1	12
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	39	6	45	68	11	79
Manantial S.A.	117	32	149	90	30	120
Total	637	196	833	532	206	738

Tasa de Nuevas Contrataciones por Unidades de Negocio y Género / Contrato Indefinido (%)

Unidades de Negocio	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	15,4%	20,3%	17,3%	16,3%	16,2%	16,3%
CCU Chile	8,1%	16,5%	8,8%	5,9%	18,7%	7,1%
VSPT Wine Group	19,4%	23,2%	20,5%	14,2%	22,4%	16,6%
Compañía Cervecera Kunstmann	11,1%	15,0%	11,9%	11,3%	4,5%	10,1%
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	19,4%	18,8%	19,3%	33,7%	34,4%	33,8%
Manantial	56,0%	42,7%	52,5%	39,0%	34,1%	37,6%
Total	12,8%	21,7%	14,2%	10,4%	21,2%	12,1%

Nuevas Contrataciones de Trabajadores con Contrato a Plazo Fijo

Indicador GRI: 401-1

Nuevas Contrataciones por Género y Rango Etario Trabajadores / Contrato Plazo Fijo

Género	2016				2017			
	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total
Masculino	461	534	65	1.060	368	379	58	805
Femenino	96	56	6	158	93	49	5	147
Total	557	590	71	1.218	461	428	63	952

Nuevas Contrataciones por Unidades de Negocio y Rango Etario / Contrato Plazo Fijo

Unidades de Negocio	2016				2017			
	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total
CCU S.A.	1	0	0	1	0	0	1	1
CCU Chile	241	392	33	666	173	272	25	470
VSPT Wine Group	183	109	30	322	181	91	25	297
Compañía Cervecera Kunstmann	28	23	0	51	10	4	1	15
Compañía Pisquera de Chile (CPCh)	97	61	8	166	85	54	9	148
Manantial S.A.	7	5	0	12	12	7	2	21
Total	557	590	71	1218	461	428	63	952

Rotación de Trabajadores con Contrato Indefinido

Indicador GRI: 401-1

Número de Retiros por Género y Rango Etario / Contrato Indefinido

Género	2016				2017			
	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total
Masculino	284	454	103	841	196	380	108	684
Femenino	90	112	15	217	66	84	6	156
Total	374	566	118	1058	262	464	114	840

Nota: por retiro se entiende a los colaboradores que dejaron la organización de forma voluntaria e involuntaria durante el período informado.

Tasa de Rotación por Género y Rango Etario / Contrato Indefinido

Género	2016				2017			
	<30 años	Entre 30 y 50 años	>50 años	Total	<30 años	Entre 30 y 50 años	>50 años	Total
Masculino	27,0%	15,4%	10,6%	16,9%	19,1%	12,4%	10,7%	13,4%
Femenino	28,8%	21,8%	19,2%	24,0%	19,6%	15,4%	6,7%	16,1%
Total	27,4%	16,3%	11,3%	18,0%	19,2%	12,8%	10,4%	13,8%

Números de Retiros por Unidades de Negocio y Rango de Etario / Contrato Indefinido

Unidades de Negocio	2016				2017			
	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total	< 30 años	Entre 30 - 50 años	> 50 años	Total
CCU S.A.	23	33	2	58	17	37	7	61
CCU Chile	165	308	91	564	111	226	67	404
VSPT Wine Group	99	112	14	225	73	94	30	197
Compañía Cervecera Kunstmann	6	18	6	30	3	12	0	15
Compañía Písquera de Chile (CPCh)	8	30	2	40	7	26	8	41
Manantial S.A.	73	65	3	141	51	69	2	122
Total	374	566	118	1058	262	464	114	840

Nota: por retiro se entiende a los colaboradores que dejaron la organización de forma voluntaria e involuntaria durante el período informado.

Tasas de Rotación por Unidades de Negocio y Rango Etario / Contrato Indefinido

Unidades de Negocio	2016				2017			
	<30 años	Entre 30 y 50 años	>50 años	Total	<30 años	Entre 30 y 50 años	>50 años	Total
CCU S.A.	23,5%	15,4%	3,5%	15,7%	17,2%	17,8%	12,5%	16,8%
CCU Chile	20,9%	13,5%	13,1%	15,0%	14,3%	9,6%	9,0%	10,4%
VSPT Wine Group	32,6%	18,2%	6,5%	19,9%	23,7%	14,6%	13,8%	16,9%
Compañía Cervecera Kunstmann	25,0%	29,5%	37,5%	29,7%	8,3%	18,2%	0,0%	12,6%
Compañía Písquera de Chile (CPCh)	15,7%	22,7%	4,0%	17,2%	14,0%	19,1%	16,7%	17,5%
Manantial S.A.	74,5%	38,0%	20,0%	49,6%	52,6%	34,3%	9,5%	38,2%
Total	27,4%	16,3%	11,3%	18,0%	19,2%	12,8%	10,4%	13,8%

Número de Retiros por Unidades de Negocio y Género / Contrato Indefinido

Unidades de Negocio	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	33	25	58	34	27	61
CCU Chile	501	63	564	364	40	404
VSPT Wine Group	153	72	225	142	55	197
Compañía Cervecera Kunstmann	18	12	30	11	4	15
Compañía Písquera de Chile (CPCh)	30	10	40	35	6	41
Manantial	106	35	141	98	24	122
Total	841	217	1058	684	156	840

Nota: por retiro se entiende a los colaboradores que dejaron la organización de forma voluntaria e involuntaria durante el período informado.

Tasa de Rotación por Unidad de Negocio y Género / Contrato Indefinido

Compañías	2016			2017		
	Masculino	Femenino	Total	Masculino	Femenino	Total
CCU S.A.	14,9%	16,9%	15,7%	15,8%	18,2%	16,8%
CCU Chile	14,6%	20,0%	15,0%	10,3%	11,7%	10,4%
VSPT Wine Group	18,7%	22,9%	19,9%	17,1%	16,2%	16,9%
Compañía Cervecera Kunstmann	22,2%	60,0%	29,7%	11,3%	18,2%	12,6%
Compañía Písquera de Chile (CPCh)	14,9%	31,3%	17,2%	17,3%	18,8%	17,5%
Manantial S.A.	50,7%	46,7%	49,6%	42,4%	27,3%	38,2%
Total	16,9%	24,0%	18,0%	13,4%	16,1%	13,8%

08

Índice GRI



Tabla de Indicadores Estándares Global Reporting Initiative (GRI)

Indicador GRI 102-55

Estándar GRI / Acción / Indicadores Propios / Suplemento Sectorial	Contenido	Número de página	Principios de Pacto Global
GRI 102: Contenidos Generales			
Perfil de la organización	102-1 Nombre de la organización	9, 13	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	25, 26	
	102-3 Ubicación de la sede	13	
	102-4 Ubicación de las operaciones	12	
	102-5 Propiedad y forma jurídica	13	
	102-6 Mercados servidos	12, 13	
	102-7 Tamaño de la organización	15, 25	
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	29, 68	6
	102-9 Cadena de suministro	42, 47, 49	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	13, 26, 42	
	102-11 Principio o enfoque de precaución	14, 56, 65	
	102-12 Iniciativas externas	17	
	102-13 Afiliación a asociaciones	17	

Estándar GRI / Acción / Indicadores Propios /Suplemento Sectorial	Contenido	Número de página	Principios de Pacto Global
Estrategia	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	3	
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	3, 23	
Ética e integridad	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	10, 22	2, 6, 10
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	22	2, 6, 10
Gobernanza	102-18 Estructura de gobernanza	19	
	102-19 Delegación de autoridad	19	
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	19	
	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	5	
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	19	
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	19	
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	19	
	102-25 Conflictos de interés	22	
	102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	19	
	102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	19	
	102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	19	
	102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	23	
	102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	5, 6	
	102-33 Comunicación de preocupaciones críticas	19	
	102-35 Políticas de remuneración	37	
	102-36 Proceso para determinar la remuneración	37	
	102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	37	
Participación de los grupos de interés	102-40 Lista de grupos de interés	14, 18	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	37	1, 3
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	14, 18	
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	5, 52	
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	8	

Estándar GRI / Acción / Indicadores Propios /Suplemento Sectorial	Contenido	Número de página	Principios de Pacto Global
Prácticas para la elaboración de informes	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	5	
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	5	
	102-47 Lista de los temas materiales	8	
	102-48 Reexpresión de la información	5	
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	5	
	102-50 Período objeto del informe	5	
	102-51 Fecha del último informe	5	
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	5	
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	8	
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	5	
	102-55 Índice de contenidos GRI	73	
	102-56 Verificación externa	Los contenidos de los indicadores ambientales correspondientes a Emisiones, Residuos y Consumo de Agua fueron verificados por un tercero independiente.	
GRI 200: Económico / Indicadores Acción			
GRI 103: Enfoques de Gestión	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	7, 8, 24, 27	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	10, 24, 25, 27, 28	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	24, 25, 27	
Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	25	
Presencia en el Mercado	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por género frente al salario mínimo local	37	
Prácticas de adquisición	204-1 Proporción del gasto en proveedores locales	47	
	FP1- El porcentaje de volumen adquirido por los proveedores que cumplen con la política de abastecimiento de la compañía	El 100% de los proveedores ha suscrito nuestra Guía de Buenas Prácticas, la cual es referida en cada orden de compra que se emite y, además, está disponible públicamente en el sitio web de CCU.	
Proveedores	DSP.25 % de proveedores con los que se cumplió el pago en un plazo no mayor a 35 días	Nuestra Compañía está certificada con el sello Pro PyME, el cual establece que a al menos un 95% de los proveedores de este segmento se le paga en hasta un máximo de 30 días.	
Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	22	10
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	22	10
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas	22	10
Competencia desleal	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	23	
GRI 300: Ambiental / Indicadores Acción			
GRI 103: Enfoques de Gestión	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	7, 8, 27, 56	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	10, 27, 28, 56, 61	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27, 56	
Materiales	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	60	7, 8
	301-2 Insumos reciclados	60	8
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	60	8

Estándar GRI / Acción / Indicadores Propios /Suplemento Sectorial	Contenido	Número de página	Principios de Pacto Global
Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	58	7, 8
	302-3 Intensidad energética	58	8
	302-4 Reducción del consumo energético	58	7, 8, 9
Agua	303-1 Extracción de agua por fuente	60	7, 8
	303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	No se han identificado fuentes de agua que puedan estar afectadas significativamente por las operaciones de CCU.	8
	303-3 Agua reciclada y reutilizada	60, 61	8
Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	57	7, 8
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	57	7, 8
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	57	7, 8
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	57	8
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	57	8, 9
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	57	7, 8
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	57	7, 8
Medioambiente	MA.10 Metas de desempeño en temas de emisiones atmosféricas	57	7, 8
Efluentes y residuos	306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino	57	8
	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	59	7, 8, 9
	306-4 Transporte de residuos peligrosos	CCU no realiza transporte transfronterizo de residuos peligrosos.	8
Cumplimiento ambiental	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	61	8
Evaluación ambiental de proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Durante 2017, se homologaron o auditaron 16 nuevos proveedores, lo que da un total de 155 proveedores desde el inicio del programa.	
GRI 400: Social / Indicadores Acción e Indicadores Propios			
GRI 103: Enfoques de Gestión	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	7, 8, 27	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	10, 27, 28	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27	
Empleabilidad	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	32, 70, 71	6
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	34	6
Gestión de relaciones laborales	FP3 – Porcentaje de tiempo de trabajo perdido debido a conflictos industriales, huelgas y/o bloqueos, por país.	37	3
Clima Laboral	DSCL.14 Indicar si se ha realizado un estudio de clima laboral en la organización	36	
	DSCL.15 Principales medidas implementadas para la gestión del clima laboral, a partir de los resultados del estudio de clima laboral	36	
Seguridad y salud ocupacional	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador – empresa, en materia de salud y seguridad	39	
	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, ausentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	39	1
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	39	
Programa OCA/TPM	CCU1 Avances Programa OCA/TPM	38	

Estándar GRI / Acción / Indicadores Propios /Suplemento Sectorial	Contenido	Número de página	Principios de Pacto Global
Formación y Capacitación	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	32	6
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	32	6
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	32	6
Movilidad Laboral	DSML.16 % total de personas que fueron promovidas a un cargo superior, como proporción del total de trabajadores	32, 34	6
	DSML.17 % de vacantes internas ocupadas por trabajadores de la organización	32	6
Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	69	6
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	37	6
No discriminación	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	33	1, 6
Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	37	1, 3
Trabajo infantil	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	33	1, 5
Trabajo forzado u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzado u obligatorio	33	1, 4
Evaluación de los Derechos Humanos	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	33	1, 2
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	32	1, 2
Comunidades locales	413-1 Operaciones con participación con la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	52	1, 2
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	53	1, 2
	DSC.24 Describir los programas de inversión en la comunidad, indicando: Principales resultados logrados en cada caso, cómo se vinculan a los riesgos presentes y futuros previamente identificados, instrumentos de evaluación de los programas	52	1, 2
	DSC.23 Indicar los mecanismos utilizados para la resolución y prevención de conflictos con la comunidad	53	1, 2
Evaluación social de los proveedores	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	48. Durante 2017, se homologaron o auditaron 16 nuevos proveedores, lo que da un total de 155 proveedores del inicio del programa.	
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas	Durante el periodo que se informa, no registramos impactos negativos en la cadena de suministro.	2
Salud y seguridad de los clientes	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	65	
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Durante 2017, CCU no fue multada en estas materias.	
	FP5 – Porcentaje del volumen de producción fabricado en sitios certificados por un tercero independiente según las normas del sistema de gestión de seguridad alimentaria reconocidas internacionalmente	65	
	FP6 % del volumen total de ventas, por categoría de producto, que han sido reducidos en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcar añadida	66	

Estándar GRI / Acción / Indicadores Propios /Suplemento Sectorial	Contenido	Número de página	Principios de Pacto Global
	FP7 % del volumen total de ventas, por categoría de producto, que han sido aumentadas en ingredientes nutricionales como fibra, vitaminas, minerales, etc.	66	
Marketing y etiquetado	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	63	
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Durante 2017, el SAG aplicó dos multas relacionadas con etiquetado de productos (Ley de Alkoholes). El monto total por ambas multas asciende a 20 UTM.	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Durante 2017, CCU no registró incumplimientos en este ámbito.	
Iniciativas con clientes y consumidores	DSCC.18 N° de iniciativas diseñadas con clientes/consumidores que están implementadas o en proceso de desarrollo	44	
Consumo Consciente	DSCC.20 Describa las prácticas en temáticas de consumo responsable de productos/servicios para los clientes/consumidores	62	
Satisfacción de cliente y consumidores	CCU3 Indique los resultados de los estudios satisfacción de clientes y consumidores realizados durante el último periodo	46	
Cumplimiento socio-económico	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	<p>Durante 2017, CCU registró 7 multas, valoradas en 98 UTM. Una fue por parte del Seremi de Salud, debido a un accidente laboral. Las 6 restantes las aplicó Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), por temas relacionados con ley de Alkoholes.</p> <p>Además, se dictaron seis sentencias condenatorias relacionadas con legislación laboral, por un monto total de \$ 18.978.623.</p>	
Innovación	CCU2 Iniciativas para la Innovación	64	



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
Daniela Montañola
Subgerente Sustentabilidad

Josefina Astaburuaga,
Analista Sustentabilidad

Desarrollo Informe:

Comparte Valor

Diseño:

Qdesign