

	POLÍTICA DE MARKETING RESPONSABLE	
Gerencia de Sustentabilidad	PO-GS-04	Pág. 1 de 4

1 OBJETIVO

Viña Concha y Toro S.A., con el propósito de definir y difundir su posición respecto a las prácticas de marketing responsable, ha elaborado la presente política. Esta política tiene por objetivo establecer el marco general respecto de las actividades de marketing y su contexto de responsabilidades pertinentes y definiciones para responder a los desafíos establecidos por la compañía.

2 ALCANCE

El alcance de esta política es aplicable a todas las áreas de Viña Concha y Toro S.A. y sus filiales.

3 DEFINICIONES



Marketing: Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo. El marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial (Philip Kotler, 1967).

Greenwashing: Concepto que se aplica cuando los consumidores pueden ser engañados y las empresas pueden dar una impresión falsa de sus impactos o beneficios ambientales. Práctica conocida como lavado verde (Comisión Europea, 2023).

Afirmaciones exageradas: Exageración de los beneficios/atributos ambientales y/o sociales del producto/servicio o su uso. Los ejemplos de esta práctica pueden incluir destacar una mejora marginal como una ganancia importante, usar estadísticas de manera engañosa, afirmar sin la justificación adecuada que el producto/servicio se extiende a todo el desempeño de sustentabilidad de la empresa, grupo o industria, haciendo referencia a términos como “respetuoso con el medio ambiente”, “ecológicamente seguro”, “verde”, “sustentable”, “carbon friendly” etc. (Dow Jones, 2023).

Impactos sociales: Cambios en los aspectos del bienestar experimentados por las personas causados por la organización a través de sus decisiones y acciones en sus propias operaciones y a través de sus cadenas de suministro y de valor y sus relaciones empresariales. Los impactos pueden ser positivos o negativos, intencionados o no, directos o indirectos. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, 2023).

ELABORÓ: Ingeniero de Proyectos de Sustentabilidad	REVISÓ: Gerente de Sustentabilidad	APROBÓ: Gerente de Finanzas y Asuntos Corporativos	VERSIÓN: 00 FECHA DE CREACIÓN: Agosto 2023
--	------------------------------------	--	--

 <p>VIÑA CONCHA Y TORO — FAMILY OF WINERIES —</p>	<p align="center">POLÍTICA DE MARKETING RESPONSABLE</p>	
<p>Gerencia de Sustentabilidad</p>	<p align="center">PO-GS-04</p>	<p align="right">Página 2 de 4</p>

4 LINEAMIENTOS POLÍTICA

i. Compromisos con las prácticas éticas de marketing y publicidad

Viña Concha y Toro S.A. y sus filiales declaran el firme compromiso que tienen con las prácticas éticas de marketing y publicidad en todas sus comunicaciones de marca. Para ello, la compañía se compromete a:

- a. Proporcionar información precisa y equilibrada sobre los productos/servicios de la empresa.
- b. Rechazar afirmaciones exageradas sobre los impactos sociales y ambientales de la empresa y sus productos/servicios con la finalidad de evitar prácticas de Greenwashing.
- c. Proteger a los segmentos vulnerables del mercado (es decir, menores de edad, mujeres embarazadas, personas con problemas de salud relacionados con el consumo de alcohol).
- d. Evitar referirse de mala forma de las prácticas de marketing relacionadas con el trabajo/producto de la competencia.

ii. Información equilibrada y precisa

Viña Concha y Toro y sus filiales se comprometen a entregar información equilibrada y precisa respecto a sus productos buscando evitar interpretaciones erróneas que se pudieran generar debido a las comunicaciones de marca, para ello la compañía velará por:



- a. Adherir la legislación vigente relacionada con el marketing y la publicidad en todos los países y territorios donde opera y/o comercializa productos.
- b. Entregar a los consumidores una descripción justa y veraz del producto/servicio.
- c. Retratar la imagen completa del producto/servicio para evitar ser engañoso.
- d. Incorporar información de sustentabilidad y consumo responsable a los clientes en las presentaciones de marca.

iii. Prácticas responsables de marketing y comercialización

Viña Concha y Toro y sus filiales cuentan con prácticas de marketing y comercialización responsable que apuntan a informar de manera verídica los atributos de sustentabilidad de sus productos. Entre ellas:

- a. Promover la responsabilidad en la publicidad, marketing y en la comunicación de las marcas. Para ello la compañía cuenta con un programa de capacitación en “Marketing Responsable – Cómo evitar el Greenwashing” con la finalidad de asegurar prácticas

<p>ELABORÓ: Ingeniero de Proyectos de Sustentabilidad</p>	<p>REVISÓ: Gerente de Sustentabilidad</p>	<p>APROBÓ: Gerente de Finanzas y Asuntos Corporativos</p>	<p>VERSIÓN: 00 FECHA DE CREACIÓN: Agosto 2023</p>
---	---	---	---

	POLÍTICA DE MARKETING RESPONSABLE	
Gerencia de Sustentabilidad	PO-GS-04	Página 3 de 4

responsables por parte de todos los equipos de marketing. El área responsable de la elaboración y coordinación de este programa es la Gerencia de Sustentabilidad, la que se encarga de entregar y difundir esta capacitación de manera interna al menos una vez al año.

- b. Garantizar un etiquetado transparente y acorde con las legalidades de cada mercado (ejemplo: contenido de alcohol, alérgenos, composición, entre otros). Para ello, la compañía cuenta, en Chile, con el Departamento de Administración de Productos y Normativa Legal cuya finalidad es velar por la correcta mantención e implementación de estos aspectos. Las filiales, Trivento y Bonterra, cuentan con personal idóneo para realizar la verificación de un etiquetado correcto dependientes de las áreas de Marketing y Operaciones respectivamente.
- c. La compañía cuenta con un departamento de Auditoría General Corporativa el cual cuenta con una planificación anual donde es posible incorporar la revisión de las prácticas de marketing responsable de acuerdo al análisis de riesgo correspondiente.

iv. Prevención y mitigación de impactos sociales negativos


Viña Concha y Toro y sus filiales se comprometen a prevenir y mitigar los posibles impactos sociales negativos resultantes del uso de sus productos. Para ello la compañía buscará:

- a. Entregar información detallada de sus productos en los sitios web y/o plataformas digitales en donde se pone a disposición información sobre el contenido y etiquetado de los mismos.
- b. Informar a clientes y consumidores sobre el debido consumo de sus productos de manera de evitar posibles efectos en la salud de las personas.
- c. Contar con información de valor nutricional en aquellos mercados que lo exijan.
- d. Promover dentro de la compañía el desarrollo de productos no tradicionales que tengan menor impacto en la salud del consumidor (por ejemplo: reducción de niveles de azúcar).
- e. Promover el consumo responsable de alcohol a través de la campaña “Disfruta Responsablemente: De Principio a Fin”. <https://consumoresponsable.vinacyt.com/>
- f. Incorporar de manera proactiva información de consumo responsable directamente en las etiquetas de sus productos donde el espacio lo permita a través del uso de frases o gráficas.

v. Monitoreo

Como parte de la evaluación de impacto anual que realiza la compañía se generarán indicadores de desempeño destinados a medir la eficacia de la implementación de la campaña de consumo responsable, implementación de atributos sustentables y marketing responsable. El área responsable de generar estos indicadores es la Gerencia de Sustentabilidad, la que deberá emitir estos reportes anualmente.

ELABORÓ: Ingeniero de Proyectos de Sustentabilidad	REVISÓ: Gerente de Sustentabilidad	APROBÓ: Gerente de Finanzas y Asuntos Corporativos	VERSIÓN: 00 FECHA DE CREACIÓN: Agosto 2023
--	------------------------------------	--	--

VIÑA CONCHA Y TORO <small>FAMILY OF WINERIES</small>	POLÍTICA DE MARKETING RESPONSABLE	
Gerencia de Sustentabilidad	PO-GS-04	Página 4 de 4

vi. Mejora Continua

Como parte del movimiento de Empresas B, la compañía se compromete directamente con la mejora continua referente a materias relacionadas con nuestros clientes. Asimismo, a través de esta Política de Marketing Responsable Viña Concha y Toro y sus filiales busca garantizar que las publicidades y los materiales de marketing sean precisos, éticos y positivos. Para ello, la empresa cuenta con el Programa de Sustentabilidad "Descorcha un Futuro Mejor" para fomentar la difusión de materias sociales y ambientales a través de la publicidad y materiales de marketing.

ELABORÓ: Ingeniero de Proyectos de Sustentabilidad	REVISÓ: Gerente de Sustentabilidad	APROBÓ: Gerente de Finanzas y Asuntos Corporativos	VERSIÓN: 00 FECHA DE CREACIÓN: Agosto 2023
--	------------------------------------	--	--