

POLITICA DE ALCOHOL

CCU

Tercera Edición 2011

Contenido

I Antecedentes	7
II Declaración de la Política de Alcohol CCU	11
Política de Alcohol CCU	13
Declaración Política de Alcohol CCU	14
Anexo	
CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables	19
Principios Generales	21
Cuadro Resumen Principios Aplicables a Productos con Alcohol	23

I ANTECEDENTES

Descripción de CCU

En 1902 se constituye CCU S.A., conformada por un grupo de cervecerías de la época, hoy, con 150 años de tradición histórica, es una empresa diversificada de bebidas y confites. Con operaciones principalmente en Chile y Argentina. CCU es el mayor actor del mercado de las cervezas en Chile y el segundo cervecero en Argentina, en el segmento gaseosas, es el segundo mayor productor y el mayor embotellador de agua mineral y néctares en Chile. Asimismo, es el segundo mayor productor de vinos, uno de los mayores fabricantes de pisco y también participa en el negocio de los confites.

CCU tiene contratos de licencia con Heineken Brouwerijen B.V., Anheuser-Busch Incorporated, PepsiCo Inc., Paulaner Brauerei AG, Schweppes Holdings Limited, Guinness Brewing Worldwide Limited, Nestlé S. A. Société des Produits Nestlé S.A, Nestec S.A y Nutra Bien.

CCU y todas sus empresas relacionadas, con independencia de que produzcan alcohol o no, deben velar por garantizar la aplicación de la “Política de Alcohol CCU”.

La Responsabilidad Social es un pilar de CCU

La misión de CCU apunta a ser reconocida como la empresa que potencia un mejor vivir, fundamentada en sus valores de Calidad, Innovación, Responsabilidad Social y Acción Inspiradora.

En el marco de la Responsabilidad Social, CCU orienta el desarrollo de sus negocios dentro de los más altos estándares de responsabilidad corporativa.

CCU se esfuerza por satisfacer las necesidades e intereses de los diferentes públicos con los cuales interactúa. En consecuencia vela por sus consumidores que diariamente prefieren sus marcas y establece un estrecho compromiso con la comunidad en general.

Las decisiones que toma CCU y las medidas que implementa respetan las visiones de aquellos que no forman parte del negocio, buscando siempre contribuir a que nuestra sociedad sea cada día mejor.

En concordancia, los productos con alcohol de CCU se dirigen exclusivamente al público adulto, nunca a los menores de edad, que en Chile legalmente son los mayores de 18 años.

CCU considera que el alcohol, como la mayoría de los productos alimenticios, es beneficioso si se ingiere en forma moderada; y perjudicial si se hace en exceso. La orientación de la Compañía de promover el Consumo Responsable de Alcohol, es un compromiso que busca potenciar la calidad de vida de las personas.

Objetivos de la “Política de Alcohol CCU”

- ▶ *Promover el Consumo Responsable de Alcohol*
- ▶ *Promover que el Consumo Responsable de Alcohol sea aceptado socialmente*
- ▶ *Promover la sustentabilidad de CCU*

La Compañía concreta la “Política de Alcohol CCU” a través de diversos programas

La Compañía concreta la “Política de Alcohol CCU” a través de programas y campañas destinados a promover el Consumo Responsable de Alcohol, orientados a diversos públicos: padres, clientes, trabajadores y comunidad en general.

El documento “CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables” se fundamenta en la “Política de Alcohol CCU”

En CCU las comunicaciones comerciales se rigen por el documento “CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables”, que constituye un conjunto de principios, normas y reglas básicas que orientan la gestión de todos aquellos que trabajan en CCU para que las comunicaciones de las marcas comerciales, en un sentido amplio, se encuentren alineadas con la “Política de Alcohol CCU”. En el Anexo “CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables –Cuadro Resumen de Principios Aplicables a Productos con Alcohol”, se da cuenta detallada de este punto.

II DECLARACION DE LA POLITICA DE ALCOHOL CCU

Política de Alcohol CCU

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

Declaración Política de Alcohol CCU

1. CCU cumple con la legislación vigente en los países en los que desarrolla sus negocios.

CCU realiza sus actividades en el marco del estricto cumplimiento de la legislación vigente de los países en los que lleva a cabo sus negocios.

En concordancia, CCU es especialmente exigente en el respeto y aplicación de la legislación referente a todos los ámbitos concernientes a los productos con alcohol, entre ellos su producción, distribución, consumo y promoción.

2. Para CCU, el Consumo Responsable de Alcohol es compatible con un estilo de vida balanceado y positivo.

Para CCU, el consumo de bebidas con alcohol forma parte de la sociedad desde tiempos inmemorables. CCU considera que su ingesta por parte de los adultos, como la mayoría de los productos alimenticios, es beneficiosa si se hace en forma moderada y responsable, y puede ser perjudicial si se hace en exceso.

Un Consumidor Responsable de Alcohol:

1. Tiene más de 18 años
2. Cuando bebe no conduce y pasa las llaves
3. Consume moderada y lentamente
4. Bebe para celebrar y no para evadir sus problemas
5. Cuando bebe no se deja presionar por el grupo
6. Deja de beber cuando nota los primeros síntomas de lentitud
7. Si es mujer, no está embarazada ni amamantando
8. Al consumir bebidas con alcohol, preferentemente las combina con alimentos o las alterna con bebidas sin alcohol

3. CCU se compromete con la promoción del Consumo Responsable de Alcohol.

CCU tiene el compromiso de promocionar activamente el Consumo Responsable de Alcohol a través de programas orientados a distintos públicos: padres, clientes, trabajadores de la Compañía y la comunidad en general. A estas actividades se suma una campaña de difusión en medios de comunicación masivos.

4. CCU exige un comportamiento responsable de todos sus trabajadores en su consumo de alcohol.

Para CCU todos sus trabajadores, ya sea que se desempeñen en empresas filiales o coligadas que produzcan alcohol o no, representan a la Compañía y sus valores. Como embajadores de CCU, es necesario que constituyan un buen ejemplo para sus familias, consumidores y para el mundo fuera de la Compañía, no sólo en la forma en que hacen uso del alcohol, sino también en cómo viven y transmiten el concepto de Consumo Responsable de Alcohol.

5. CCU informa sobre sus actividades relacionadas con la “Política de Alcohol CCU”.

CCU asume con transparencia la información relacionada con los productos con alcohol. En concordancia, CCU se compromete activamente con la difusión y entrega de información sobre el Consumo Responsable de Alcohol. Para CCU, la mejor manera de promover un consumo responsable de sus productos, es a través de un consumidor que pueda tomar decisiones de manera libre e informada, conociendo los beneficios y potenciales problemas asociados al consumo en exceso de bebidas con alcohol.

6. CCU desarrolla sus comunicaciones comerciales con responsabilidad.

La Compañía ha desarrollado el documento “CCU: Código sobre Comunicaciones Comerciales Responsables”, con el objeto de guiar la publicidad de sus marcas comerciales. Sus principales contenidos (que aparecen reunidos en el Anexo de esta “Política de Alcohol CCU”) son los siguientes:

Principios Generales

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

Principios Aplicables a Productos con Alcohol

Incorporan los siguiente ámbitos:

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

Naturalmente, todo lo anterior debe ser compatible con promover el posicionamiento de la marca, el aumento de su valor y como consecuencia de lo anterior, su mayor desarrollo comercial, buscando contribuir a que la sociedad sea cada día mejor.

7. CCU exige que la implementación de la “Política de Alcohol CCU” sea obligatoria para todas sus empresas relacionadas.

CCU realiza sus operaciones a través de empresas filiales y coligadas, en Chile y otros países, las que, con independencia de que produzcan alcohol o no, deben velar por garantizar la aplicación de la “Política de Alcohol CCU”.

8. CCU busca contribuir con todas sus acciones a que la sociedad sea cada día mejor.

Todas las actividades y negocios de CCU deben contribuir a que la sociedad sea cada día mejor.

En este sentido, la “Política de Alcohol CCU” y la consecuente promoción de un consumo responsable, son un compromiso para la Compañía que busca potenciar la calidad de vida de las personas.

ANEXO

CCU: Código sobre Comunicaciones Responsables

Principios Generales

Cuadro Resumen Principios Aplicables a Productos con Alcohol

Principios Generales

Todas las comunicaciones comerciales de CCU, sus filiales y empresas relacionadas, deben respetar el espíritu de los siguientes “Principios Generales”

1.- Cumplir con toda la legislación vigente

Todas las comunicaciones deben cumplir con la letra y espíritu de las leyes locales, nacionales y otros reglamentos relevantes.

2.- Ser honestas, verdaderas y responsables

Las comunicaciones comerciales deben suministrar información clara y veraz sobre los bienes ofrecidos buscando con ello, que los consumidores estén en condiciones de tomar sus propias decisiones.

En CCU la realización de cualquier pieza comunicacional de carácter comercial debe construirse, desde su planteamiento inicial, teniendo en consideración la Responsabilidad Social y no dejando este concepto como una idea o reflexión posterior.

3.- Adecuarse a los principios aceptados de competencia leal y de la buena práctica comercial

Las comunicaciones comerciales deben cumplir no sólo con las leyes, normas y reglamentos locales o nacionales, si no que también con las prácticas comerciales del país en el cual la comunicación es difundida.

4.- Evitar ir en contra de las normas del gusto y la decencia

Las comunicaciones comerciales deben ser aceptadas por todo tipo de público. Aquello que es considerado como “decente” y “aceptable”, varía de una cultura a otra y de una generación a otra.

Las comunicaciones comerciales deben evitar el uso degradante de mensajes, insinuaciones o comentarios.

Los medios o soportes utilizados para la difusión y comunicación publicitaria de contenidos asociados a las marcas comerciales de CCU y sus filiales, deberán, en todo momento, velar por el respeto de los valores de las personas.

5.- Promover la dignidad e integridad de toda persona con independencia de su condición, sexo, nacionalidad, raza o religión

En todas las comunicaciones comerciales de CCU, la gente debe ser presentada

de forma en que se valore su condición de persona, evitando situaciones en las que pueda ser degradada.

Las comunicaciones deben evitar el uso de estereotipos en áreas como edad, incapacidades, sexo, raza, nacionalidad, religión u orientación sexual.

Naturalmente, todo lo anterior debe ser compatible con promover el posicionamiento de la marca, el aumento de su valor y como consecuencia de lo anterior, su mayor desarrollo comercial, buscando contribuir a que la sociedad sea cada día mejor.

Cuadro Resumen Principios Aplicables a Productos con Alcohol

Nuestras comunicaciones comerciales deben:

1. Genéricos a productos con alcohol

- ▶ ser explícitamente dirigidas y pensadas para mayores de 18 años
- ▶ evitar presentar el alcohol como un modificador de conducta

2. Consumo Responsable de Alcohol

- ▶ incentivar el consumo responsable y moderado, evitando situaciones excesivas e irresponsables
- ▶ presentar la moderación como una conducta positiva
- ▶ asociar el consumo de alcohol con conductas normales de la gente, evitando sugerir vínculos con comportamientos antisociales
- ▶ evitar toda asociación de cualquier naturaleza con drogas ilegales

3. Menores de edad

- ▶ cumplir con todas las legislaciones y regulaciones vigentes en materias de menores de edad
- ▶ ser dirigidas claramente hacia mayores de edad (que están sobre el límite de edad legal autorizado para poder beber)
- ▶ emplear modelos en comerciales o avisos publicitarios que sean mayores de edad y que actúen y representen su mayoría de edad
- ▶ promocionar nuestras marcas comerciales a través de medios de comunicación o programas donde se conoce que los mayores de edad conforman la gran parte del público, evitando aquellos donde los menores de edad sean la mayoría
- ▶ evitar participar en eventos dirigidos a menores de edad, organizados por menores o al que asistan mayoritariamente menores de edad
- ▶ cuidar que los diseños de los empaques y gráficas publicitarias no sean particularmente atractivos para los menores de edad

4. Conducción de vehículos

- ▶ promover un Consumo Responsable de Alcohol desincentivando la conducción de vehículos cuando se bebe
- ▶ promover una conducción responsable, prudente y segura, respetando las leyes del tránsito

5. Deporte

- ▶ evitar crear la impresión de que el consumo de alcohol modifica el rendimiento atlético
- ▶ promover que el deporte y la actividad física son parte de un estilo de vida saludable, y que son compatibles con el beber moderadamente

6. Consumo de alcohol, rendimiento y lugar de trabajo

- ▶ evitar crear la impresión que el consumo de alcohol mejora la capacidad o el rendimiento mental o físico
- ▶ evitar asociar el consumo de nuestros productos con alcohol en el lugar de trabajo

7. Violencia y peligro

- ▶ evitar sugerir cualquier asociación con conductas violentas, agresivas, peligrosas o antisociales
- ▶ evitar vincular el consumo de nuestros productos con la operación de maquinaria pesada
- ▶ evitar asociar el consumo de nuestros productos con actividades potencialmente peligrosas

8. Aspectos de salud y contenido alcohólico

- ▶ evitar asociar cualquiera de nuestros productos con la prevención, tratamiento o cura de enfermedades, o sugerir que ellos poseen dichas propiedades
- ▶ evitar sostener que el alcohol tiene propiedades terapéuticas, o que es un estimulante, un sedativo o un medio para resolver conflictos personales o superar estado de ánimo
- ▶ evitar asociar el alcohol con el embarazo o lactancia
- ▶ evitar crear cualquier confusión sobre el contenido alcohólico de un producto

9. Éxito social y sentimental

- ▶ evitar crear la impresión que el consumo de alcohol contribuye o que es un requisito previo para el éxito social
- ▶ evitar sugerir cualquier asociación con el éxito sentimental o rendimiento sexual
- ▶ estar en concordancia con las normas del gusto y la decencia

10. Muestras gratis

La distribución de muestras gratis está sujeta a las siguientes normas:

- ▶ evitar ofrecer muestras gratis de productos con alcohol en lugares públicos, donde se prohíbe su consumo
- ▶ sólo ofrecer muestras gratis de productos con alcohol a mayores de edad

Todo lo anterior contribuye a desarrollar de manera positiva el valor de nuestras marcas y a que la sociedad sea cada día mejor.