



CAROLINA WINE BRANDS

## POLÍTICA DE ALCOHOL

### 1. CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL

“Viña Santa Carolina” en línea con sus principios éticos, desarrollo sustentable, y más específicamente por su rol social, mantiene constantemente su preocupación puesta en la satisfacción y bienestar de sus clientes, tomando un rol dentro de la sociedad como promotor de consumo responsable de alcohol.

VSC está comprometida con la promoción del consumo moderado y responsable de alcohol, conscientes del rol que juega el consumo de vino como parte de la dieta, la gastronomía y las costumbres sociales.

El objetivo de la política de alcohol es ser una guía que marque el camino a seguir en términos de marketing, campañas, comunicaciones comerciales, ventas del producto, entre otros, velando siempre por el consumo responsable y promoviendo un estilo de vida saludable para sus clientes.

### 2. ¿A QUIEN ESTÁ DIRIGIDA?

La política de alcohol está orientada a contribuir positivamente en el bienestar de todos los trabajadores, ejecutivos, directores, clientes y sociedad en general, observando el consumo de alcohol bajo un prisma de disfrute y celebración, asociado a una vida saludable.

### 3. CUMPLIMIENTO CON LA LEGISLACION VIGENTE

VSC debe cumplir con la legislación vigente en cada país de destino de sus productos, tanto en el producto en sí mismo como en los procesos con que es elaborado y comercializado, además aplica controles que reconocen las prohibiciones existentes en algunos países, sobre la publicidad directa e indirecta de bebidas alcohólicas.

### 4. ESTILO DE VIDA Y CONSUMO DE ALCOHOL

VSC debe promover el consumo responsable y moderado de alcohol de acuerdo con recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud y los beneficios para la salud que tiene el consumo de vino. Por el contrario, reprueba el consumo de alcohol por parte de menores de edad, embarazadas o personas que tengan algún problema que les pueda provocar un riesgo.

#### a) Algunos beneficios del consumo moderado de alcohol

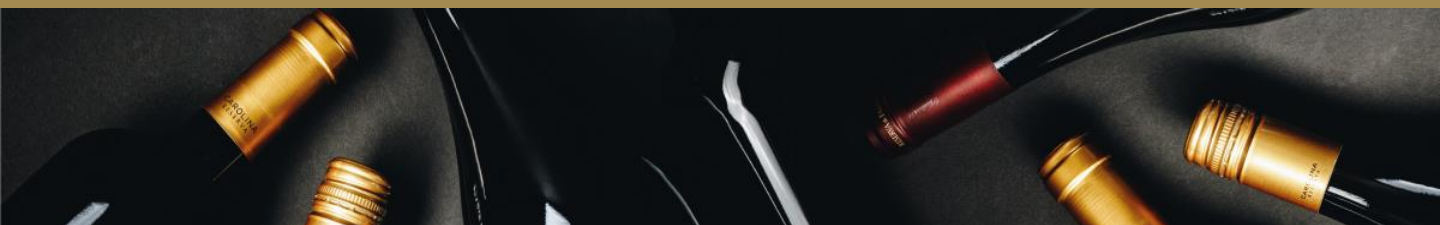
El consumo de cantidades moderadas de bebidas alcohólicas reduce el riesgo de tener problemas cardíacos y puede reducir el riesgo de demencia por problemas vasculares.

#### b) Riesgos asociados al consumo excesivo de bebidas alcohólicas

El abuso de alcohol está asociado a más de 60 tipos distintos de enfermedades y lesiones, como trastornos mentales y del comportamiento, condiciones gastrointestinales, cáncer, trastornos inmunológicos, enfermedades esqueléticas, trastornos reproductivos y daños congénitos. El alcohol incrementa el riesgo de estas enfermedades en relación con la dosis consumida, cuanto mayor es el consumo, mayores son los riesgos. (OMS, 2008).

#### c) Recomendación de consumo de vino

La OMS define que el límite de alcohol considerado de bajo riesgo corresponde hasta 20 gramos de alcohol diarios por no más de 5 días a la semana (OMS, 2014), lo que corresponde a lo que es equivalente a dos copas de vino de 100 ml, con una graduación alcohólica de 13% vol.





CAROLINA WINE BRANDS

## POLÍTICA DE ALCOHOL

### 5. CUANDO EVITAR BEBER ALCOHOL

- Se debe evitar el consumo de alcohol en **menores de edad** de acuerdo con la edad legal estipulada en cada país.
- Las **mujeres embarazas o lactantes** no deberían beber alcohol dado que podría provocar daños irreparables en el desarrollo del bebe.
- Deben evitar consumir alcohol, los **ex-alcohólicos o personas** que tengan problemas sobre el control del consumo de alcohol.
- Deben evitar consumir alcohol, toda personas que deba realizar alguna actividad como **conducir u operar maquinaria**, y que puedan provocar algún accidente, dadas las consecuencias del alcohol sobre el sistema sicomotor.

### 6. ENTREGA DE INFORMACIÓN

La información entregada a clientes y consumidores debe ser clara en cuanto a su naturaleza y contenido, de manera que ellos puedan tomar su decisión informada sobre los beneficios y potenciales problemas que tiene el consumo de alcohol

La entrega de información debe regirse según:

#### a) Usos indebidos

Las comunicaciones no deben estimular ni tolerar el consumo excesivo o irresponsable de vino. Tampoco deben utilizar mensajes que hagan que el consumo evoque miedo o sentimientos negativos.

No deben mostrarse situaciones de consumo abusivo o personas que hayan bebido en exceso, ni ninguna situación violenta, agresiva o que exhiba algún comportamiento peligroso.

#### b) Menores de edad y embarazadas

Las comunicaciones comerciales (publicidad, eventos, promociones, actividades) deberán estar orientadas a un público mayor de edad y no mostrar a menores de edad consumiendo alcohol ni a mujeres embarazadas o madres lactantes en actitud de beber alcohol. Por otra parte, las comunicaciones comerciales no deberán dirigirse específicamente a mujeres embarazadas ni a menores de edad.

#### c) Beber y conducción de vehículos

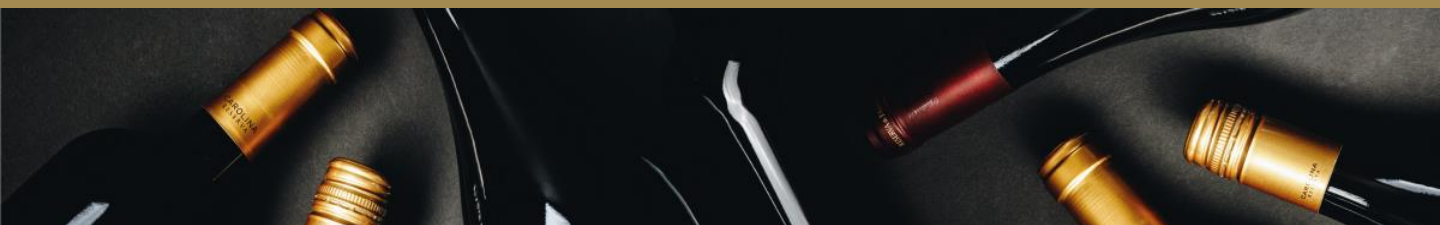
La información entregada no debe asociar el consumo de vinos con la conducción de vehículos ni de cualquier maquinaria que pueda poner en riesgo al consumidor o terceros y debe desincentivar el consumo de alcohol en conductores.

#### d) Lugar de trabajo

Ninguna comunicación generada por la empresa debe asociar el consumo de alcohol con actividades laborales dentro o fuera de su lugar de trabajo.

#### e) Aspectos psicosociales, desempeño de capacidades y éxito social

La información entregada por medio de publicidad, eventos o actividades no debe favorecer el efecto inhibitor del alcohol ni lo considerarlo una ayuda para enfrentar o superar problemas de adaptación social o aumento de capacidad mental o habilidad física. Tampoco debe relacionar el consumo de vino con el éxito o aceptación social, ni la abstinencia con el fracaso en la vida personal o laboral.





CAROLINA WINE BRANDS

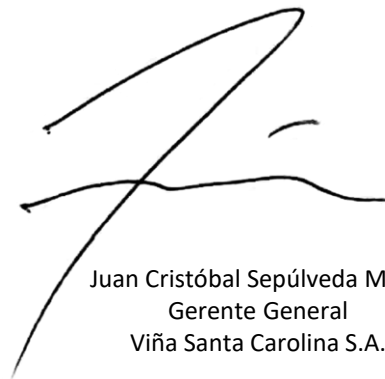
## POLÍTICA DE ALCOHOL

### f) Degustaciones y clientes

Durante las visitas a la viña, ventas de bodega u otro evento donde existan degustaciones o ventas de producto, se debe verificar la edad de cada participante y comprador a través de su documento de identidad, para ratificar el cumplimiento de la legislación aplicable.

### 7. CONSUMIDOR RESPONSABLE

Un consumidor responsable se describe como aquel mayor de edad, que bebe en forma moderada teniendo conciencia del efecto negativo del consumo en exceso de alcohol, no bebe cuando conduce, combina el consumo de alcohol con alimentos u otra bebida no alcohólica, que sabe cuándo dejar de consumir alcohol y, si es mujer, que no bebe alcohol cuando está embarazada.



Juan Cristóbal Sepúlveda Matic  
Gerente General  
Viña Santa Carolina S.A.

