POLITICA DE MARKETING Y COMUNICACIONES

BIRUS SPA

CONTROL DE VERSIONES

Versión	Fecha de aprobación	Revisado por	Descripción de cambios	Aprobado por
V1.0	Febrero 2023	Gerente General Camila Siles	Elaboración de versión inicial	Gerente General Camila Siles
V2.0	Abril 2026	Gerente General Pablo Sepúlveda	Actualización	Sesión de directorio N° 01 del 23/06/2026

1. OBJETIVO

La presente Política de Marketing tiene por objeto establecer los principios y lineamientos que rigen las actividades de marketing y comunicación de BIRUS SpA, asegurando que estas se desarrollen de manera ética, veraz, transparente y coherente con su propósito y compromiso con la sostenibilidad.

Asimismo, busca prevenir la publicidad engañosa y asegurar que toda comunicación esté debidamente respaldada, resguardando la confianza de las partes interesadas y el cumplimiento de la normativa vigente y de los Estándares de B Lab.

2. ALCANCE

La política es aplicable a todas las actividades de comunicación, promoción y relaciones públicas realizadas por BIRUS, en cualquier formato, canal o medio.

Su cumplimiento es obligatorio para todas las personas relacionadas a la empresa, trabajadores, practicantes y directorio, así como para proveedores, agencias y terceros que participen en el diseño, desarrollo o difusión de contenidos de marketing en representación de BIRUS.

3. DEFINICIONES

- **Marketing y comunicaciones:** Conjunto de actividades, acciones y piezas comunicacionales destinadas a informar, posicionar o promocionar los servicios de la empresa, o influir en la percepción y toma de decisiones de sus partes interesadas.
- **Afirmaciones o declaraciones (claims):** Mensajes explícitos o implícitos utilizados en comunicaciones de marketing que atribuyen características, beneficios, impactos o cualidades a los servicios de la empresa, especialmente en materias sociales, ambientales o de sostenibilidad.
- **Publicidad engañosa:** Toda comunicación que induce o puede inducir a error respecto de las características, beneficios, condiciones o impactos de un producto o servicio, ya sea por acción u omisión.
- **Sostenibilidad:** Enfoque de gestión que busca generar valor económico, social y ambiental de manera equilibrada, considerando los impactos de la empresa en sus partes interesadas y en el entorno.
- **Partes interesadas:** Personas, grupos u organizaciones que pueden verse afectadas por las actividades de la empresa o que pueden influir en ellas.

4. PRINCIPIOS DE MARKETING RESPONSABLE

Las actividades de marketing y comunicación de BIRUS se rigen por los siguientes principios:

- **Veracidad y respaldo:** Toda comunicación debe ser honesta, clara y verificable. Las afirmaciones realizadas deberán estar sustentadas en información, datos o evidencia suficiente y disponible.
- **Cumplimiento normativo:** Las actividades de marketing cumplirán con la legislación vigente, en particular con la normativa de protección de los derechos de los consumidores, evitando cualquier forma de publicidad engañosa o que induzca a error.
- **Transparencia:** La información comunicada deberá ser clara, comprensible y no omitir antecedentes relevantes que puedan afectar la interpretación de los mensajes por parte de las partes interesadas.
- **Responsabilidad en sostenibilidad:** Las afirmaciones relacionadas con impactos sociales, ambientales o de sostenibilidad deberán ser veraces, pertinentes y demostrables, evitando cualquier forma de exageración o comunicación que pueda inducir a interpretaciones erróneas.
- **Respeto a las personas y derechos humanos:** Las comunicaciones deberán respetar la dignidad de las personas, evitando contenidos discriminatorios, denigrantes o que puedan afectar negativamente a individuos o grupos, especialmente aquellos en situación de vulnerabilidad.
- **Coherencia con el propósito organizacional:** Las comunicaciones deberán ser consistentes con el propósito, valores y prácticas de la empresa, evitando generar expectativas que no se encuentren alineadas con su gestión real.
- **Consideración de impactos:** Las actividades de marketing deberán evitar promover conductas que puedan generar impactos negativos en las personas, las comunidades o el medio ambiente.

5. PROCEDIMIENTO DE REVISIÓN Y VALIDACIÓN DE COMUNICACIONES

Previo a la publicación o difusión de cualquier contenido de marketing o comunicación, BIRUS SpA deberá aplicar el siguiente proceso de revisión y validación:

1. **Revisión de veracidad y claridad:** Verificar que la información contenida en la comunicación sea precisa, clara y no induzca a error, evitando ambigüedades, omisiones o exageraciones.
2. **Validación de afirmaciones:** Asegurar que toda afirmación realizada, especialmente aquellas relacionadas con beneficios, resultados o atributos de sostenibilidad, cuente con respaldo verificable, actualizado y disponible.
3. **Evaluación de coherencia e impactos:** Revisar que el contenido sea coherente con el propósito, valores y prácticas de la empresa, y que no promueva conductas que puedan generar impactos negativos en las personas, comunidades o el medio ambiente.

4. **Aprobación interna:** Toda comunicación deberá ser revisada y aprobada por la persona responsable definida en la sección de responsabilidades, previo a su publicación.
5. **Registro de respaldo:** En el caso de comunicaciones que incluyan afirmaciones relevantes, se deberá mantener registro de los antecedentes que respaldan dicha información, para efectos de revisión interna o requerimientos externos.

6. RESPONSABILIDADES

La implementación y cumplimiento de la presente política es responsabilidad del Gerente General, quien deberá velar por que las actividades de marketing y comunicación se ajusten a los principios y lineamientos establecidos.

La elaboración y revisión de contenidos comunicacionales recaerá en la persona encargada de Personas y Cultura, quien deberá aplicar el procedimiento de validación definido en esta política previo a la publicación de cualquier contenido.

Corresponderá al Gerente General:

- Supervisar el cumplimiento de esta política.
- Orientar la correcta aplicación de los principios establecidos.
- Aprobar el contenido de las comunicaciones que lo requieran, especialmente aquellas que incluyan afirmaciones relevantes.

Corresponderá a la persona encargada de Personas y Cultura:

- Elaborar y gestionar los contenidos y medios de marketing y comunicación.
- Aplicar el procedimiento de revisión y validación previo a su difusión.
- Resguardar que la información comunicada sea consistente con los lineamientos de esta política.

El equipo ejecutivo mantiene la responsabilidad última sobre la integridad, veracidad y coherencia de las comunicaciones de la empresa.

7. COMUNICACIÓN Y CAPACITACIÓN

La empresa promoverá el conocimiento y correcta aplicación de la presente política a todas las personas relacionadas a la empresa.

Para ello, la política será puesta a disposición en los canales internos de la organización y considerada en los procesos de inducción correspondientes. Asimismo, se podrán realizar instancias de orientación o capacitación cuando se estime necesario, con el fin de asegurar su adecuada comprensión y aplicación.

8. APROBACIÓN Y VIGENCIA

La presente política será revisada por el Gerente General y aprobada por el Directorio de la empresa. Su entrada en vigencia se producirá a partir de la fecha de aprobación correspondiente, la cual deberá quedar registrada en el control de versiones del documento.

Su contenido será revisado al menos una vez al año, o cada vez que existan cambios relevantes en la operación, en la normativa aplicable o en los criterios internos de gestión, con el fin de asegurar su actualización, pertinencia y correcta aplicación.