



CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

Unión de Cervecerías Peruanas
Backus y Johnston S.A.A.

Consejo Regulador de la
Denominación de Origen Pisco

JUNIO
2007

Índice

Introducción	2
Objetivos del Código de Autorregulación de Comunicación Comercial	4
Compromisos de los firmantes	5
Cumplimiento del Código	8
Procedimiento de Queja – Comité Especial de Cumplimiento – CONAR	9

Introducción

2

Consideramos que el consumo responsable y apropiado de alcohol puede formar parte de un estilo de vida balanceado y saludable, contribuyendo a un sano esparcimiento, momentos de celebración y de consolidación de relaciones en el núcleo familiar y amical.

Estudios efectuados en diferentes regiones del mundo confirman que existe una relación entre consumo moderado de alcohol y bienestar social. Se reconoce que este tipo de consumo contribuye al establecimiento de relaciones sociales e interpersonales y al afianzamiento de rasgos culturales de sus naciones, pues algunas bebidas están estrechamente ligadas a la historia, geografía y cultura en general.

Asimismo, en el ámbito de la salud individual, numerosas investigaciones han mostrado beneficios del consumo moderado de alcohol, como por ejemplo, en el sistema cardiovascular.

Sin embargo, los firmantes de esta Declaración reconocemos que el consumo inapropiado de bebidas alcohólicas podría generar problemas, tanto individuales como de salud pública, entre los que se encuentran: el consumo excesivo, el conducir vehículos en estado de ebriedad y el consumo en menores de edad.

Por este motivo, es importante conocer y comprender la situación, para desarrollar acciones que permitan contribuir a prevenir el consumo inapropiado y promover un consumo responsable.

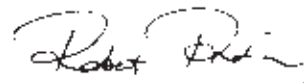
Compartimos la visión de actuar en conjunto para lograr una solución efectiva y de impacto sostenible ante este problema, ya que consideramos que somos parte de los actores socio-económicos relevantes y, como tales, estamos convencidos de que nuestra participación es fundamental.

En concordancia con nuestro compromiso social, y basados en nuestra experiencia en el sector industrial y comercial, propondremos el desarrollo de programas educativos y de comunicación, que promuevan un comportamiento responsable en la sociedad.

3

De esta manera, y como primera política a ejecutar, hemos decidido implementar el Código de Autorregulación de Comunicación Comercial; una declaración pública que incluye compromisos sobre el consumo de alcohol, la comunicación comercial y la conformación de un Comité encargado de hacer cumplir sus cláusulas.

Adicionalmente, nos comprometemos a promover e invitar a las diferentes empresas e instituciones vinculadas a la industria de bebidas alcohólicas (importadores, fabricantes locales, agencias de publicidad, entre otras) a suscribir este Código y ser parte activa de esta iniciativa.



Robert Priday Woodworth
Presidente
Unión de Cervecerías Peruanas
Backus y Johnston S.A.A.



Carlos Arturo Mejía Pérez
Presidente
Consejo Regulador de la
Denominación de Origen Pisco

Objetivos del Código de Autorregulación de Comunicación Comercial

4

- ❖ Promover la responsabilidad en el consumo de bebidas alcohólicas como parte de un estilo de vida saludable, así como hacer esfuerzos para evitar el abuso y mal uso del alcohol.
- ❖ Promover que las comunicaciones comerciales de las bebidas alcohólicas se dirijan a personas mayores de edad, que hayan tomado la decisión de consumirlas.
- ❖ Asegurar que el compromiso de ser responsables sea transparente en todas las compañías firmantes.
- ❖ Proporcionar orientación para formular la comunicación comercial de las bebidas alcohólicas que producimos, teniendo en cuenta de que el Código como tal, es adicional a todos los requisitos regulatorios y/o autorregulatorios que puedan existir en el país.

Compromisos de los firmantes

5

I. Compromisos sobre el consumo de alcohol

1. Incluir mensajes de consumo responsable en las comunicaciones comerciales.
2. Sensibilizar al comercio detallista sobre el consumo responsable de los productos alcohólicos que comercializan las empresas firmantes, y en particular, para evitar que se venda o sirva alcohol a los menores de edad, fomentando así la intoxicación alcohólica.
3. Sensibilizar a los consumidores sobre el consumo responsable de los productos de las empresas firmantes, principalmente en asuntos como son el consumo entre menores y conducir vehículos bajo los efectos del alcohol.
4. Promover la recopilación de información sobre los patrones de consumo de alcohol y los problemas relacionados, así como proyectos de investigación que proporcionen información para combatir el consumo irresponsable de alcohol.
5. Cooperar e influir positivamente en la industria de bebidas alcohólicas del país, para promover el consumo responsable de alcohol.
6. Colaborar con las autoridades nacionales e internacionales relevantes, así como con las organizaciones no gubernamentales para desarrollar controles efectivos y programas para promover el consumo responsable de alcohol.

II. Compromisos sobre la comunicación comercial

La comunicación comercial incluye la publicidad en todos los medios de comunicación (incluyendo Internet y los mensajes de texto), los empaques y embalajes, las promociones, la ubicación de los productos en puntos de venta, la comercialización de los productos, artículos promocionales, los auspicios o patrocinios de eventos e investigación de mercados.

Las empresas firmantes se comprometen a que la comunicación comercial observará las siguientes pautas:

Principios Básicos

1. Debe:

- a) ser legal, honesta, veraz, y cumplir con los principios aceptados de competencia justa y buenas prácticas empresariales.
- b) respetar los valores culturales locales.
- c) ser socialmente responsable y basarse en principios de justicia y buena fe.
- d) cumplir con las disposiciones legales vigentes y con los compromisos autorregulatorios asumidos por la empresa.
- e) no faltar a la ética y actuar en concordancia con los criterios de dignidad e integridad humana.

No Atractiva para Menores

2. No debe dirigirse a personas que estén por debajo de la edad legal para consumir alcohol (18 años, según legislación vigente).
3. No debe emplear caracteres, íconos o lenguaje que apele o sea atractivo para los niños.

Consumo Responsable

4. No podrá representar o alentar el consumo irresponsable, riesgoso o excesivo.
5. No debe mostrar a personas en estado de intoxicación, ni sugerir que la intoxicación es aceptable.
6. No debe presentar el rechazo, la abstinencia o el consumo moderado de alcohol, de modo negativo.

Contenido de Alcohol

7. No debe alentar la elección de un producto debido a su mayor contenido alcohólico o efecto intoxicante. Podrá incluir información sobre el grado de alcohol como guía a los consumidores, dependiendo de los requisitos reglamentarios existentes.

Desempeño

8. No debe mostrar o sugerir el consumo de bebidas alcohólicas en circunstancias generalmente consideradas irresponsables, inapropiadas o ilegales, como por ejemplo, antes o durante cualquier actividad que requiera sobriedad, destreza o precisión.

Aspectos de Salud

9. No podrá mostrar o incluir mujeres embarazadas.

Comportamiento Violento y antisocial

10. No podrá asociarse con imágenes violentas o antisociales, ni con drogas ilícitas o una cultura de drogas.

Éxito social/sexual

11. No asociará que el consumo de bebidas alcohólicas es esencial para el éxito empresarial, laboral, académico, sexual, deportivo o social.

Cumplimiento del Código

8

El cumplimiento de este código estará supervisado por el Comité Permanente de Ética y Procedimientos del Consejo de Autorregulación Publicitaria del Perú (CONAR), quien recibirá las comunicaciones y quejas de partes interesadas, que pueden afectar los compromisos asumidos en este Código.

Al hacer la evaluación, el Comité deberá considerar además de este código, los compromisos sobre la comunicación comercial, la legislación nacional y los códigos de ética vigentes en la industria.

Las decisiones a las que arribe el Comité serán comunicadas por escrito a la empresa que corresponda, la cual deberá responder indicando las acciones que seguirá en caso deba subsanar el incumplimiento de algunas de las cláusulas del Código de Autorregulación de Comunicación Comercial.

Periódicamente, el Comité se reunirá con un representante de las empresas firmantes, a fin de evaluar las acciones realizadas.

Procedimiento de Queja - Comité Especial de Cumplimiento - CONAR

9

Procedimiento de Queja

Artículo 1º: El Consejo de Autorregulación Publicitaria del Perú (CONAR) es la entidad encargada de supervisar que las empresas suscriptoras del Código de Autorregulación de Comunicación Comercial de Bebidas de Contenido Alcohólico (CACC), cumplan con las disposiciones referidas a publicidad comercial señaladas en el Código.

La labor de supervisión que realiza el CONAR se ejerce mediante la tramitación y resolución de las Quejas y Denuncias contenidas en el presente documento y en el Manual de Procedimientos del CONAR, respectivamente.

Artículo 2º: La **Queja** es el procedimiento que tiene por finalidad que las empresas corrijan de manera rápida y oportuna cualquier supuesto incumplimiento del CACC referido a publicidad comercial, bajo la supervisión del Comité Especial de Cumplimiento del CONAR (CEC). La Queja se tramita de acuerdo a las disposiciones contenidas en el presente documento.

Artículo 3º: La **Denuncia** es el procedimiento que tiene por finalidad que el CONAR emita un pronunciamiento sobre el fondo de la publicidad denunciada y, de ser el caso, sancione a la empresa y dicte medidas temporales o definitivas para suspender o corregir la práctica publicitaria materia de denuncia.

La Denuncia debe cumplir con los requisitos contenidos en el Manual de Procedimientos del CONAR. La Denuncia se tramitará de acuerdo al procedimiento establecido en el mencionado Manual. El monto por concepto de presentación de la denuncia será asumido por la empresa denunciada. (No será necesario pagar)

Artículo 4°: La Queja puede ser interpuesta por cualquier persona natural o jurídica, por supuestos incumplimientos de las normas publicitarias contenidas en el CACC.

La Queja puede iniciarse de oficio por el CEC, en cuyo caso se presentará directamente ante la empresa suscriptora y deberá contener lo indicado en el segundo párrafo del artículo 5°.

Artículo 5°: La Queja se interpone ante la empresa suscriptora que supuestamente habría violado el CACC o en las oficinas del CONAR ubicadas en Av. Rivera y Navarrete 765. Of 41 – San Isidro.

La Queja podrá ser presentada por escrito o mediante correo electrónico y deberá contener la descripción de la supuesta infracción, la norma del CACC que habría sido infringida y la referencia a la publicidad materia de la Queja.

Artículo 6°: En caso que la Queja sea presentada ante la empresa suscriptora del CAC, se procederá de la siguiente manera:

6.1. La empresa quejada, en el plazo no mayor de tres (3) días hábiles, contados desde el día siguiente de recibida la Queja, remitirá una respuesta a la persona que la interpuso.

6.2. La respuesta de la empresa podrá consistir en:

- (i) Aceptar la Queja en su totalidad, debiendo incluir en su respuesta las acciones realizadas para corregir el incumplimiento.
- (ii) Aceptar parcialmente la Queja, debiendo incluir en su respuesta las acciones realizadas para corregir el incumplimiento parcial y sustentar su posición respecto de la parte no aceptada.
- (iii) Rechazar totalmente la Queja, debiendo sustentar debidamente su posición y de ser el caso las acciones realizadas.

En todos los casos, la empresa está obligada a remitir copia de la Queja, de la respuesta y de la publicidad materia de la Queja, al Comité Especial de Cumplimiento del CONAR, a fin de que realice la supervisión de la decisión adoptada, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 9°. La copia al CEC será remitida en la misma oportunidad que se envía la respuesta a quien suscribe la Queja.

Todas las respuestas deberán indicar expresamente que se está remitiendo copia al CONAR, con la finalidad que ejerza su labor de supervisión, según lo dispuesto en el artículo 9° del presente documento.

En el caso de las Quejas presentadas de oficio, la respuesta de la empresa deberá ser remitida al CEC, dentro del plazo de tres (3) días hábiles. Recibida la respuesta, el CEC procederá de conformidad con lo establecido en los artículos 7° y 9°.

Artículo 7°: El Comité Especial de Cumplimiento del CONAR tiene por función supervisar las respuestas emitidas por las empresas suscriptoras en los procedimientos de quejas iniciadas ante éstas y, de ser el caso, emitir un mandato para el mejor cumplimiento del CAC. El mandato es obligatorio para la empresa quejada.

El mandato puede incluir el cese temporal o definitivo de la publicidad materia de Queja, así como su rectificación y difusión en los términos y condiciones que establezca el CEC, así como la realización de las medidas complementarias que considere el CEC para revertir los efectos negativos de la publicidad quejada; incluyendo la difusión en medios de comunicación del mandato emitido por el CEC.

Artículo 8°: El Comité Especial de Cumplimiento está integrado por tres miembros de la Comisión Permanente del CONAR.

Los tres miembros del CEC serán elegidos por la Comisión Permanente del CONAR, cuidando que ellos no tengan algún conflicto de interés con industrias de bebidas alcohólicas, por un período específico de tiempo e irán rotando periódicamente. Elige de su seno a un Presidente.

Actúa como Secretaría Técnica del CEC, la persona que designe el Comité, estando facultado a elegir al Secretario Técnico para un caso en específico o por un periodo de tiempo, de acuerdo con las necesidades del caso.

Artículo 9°: El CEC, una vez recibida la comunicación referida en el segundo párrafo del artículo 6°, podrá ejercer las siguientes facultades:

- (i) Aceptar la posición de la empresa, en cuyo caso se archivará definitivamente la Queja.
- (ii) Rechazar la posición de la empresa, en cuyo caso emitirá un mandato mediante el cual ordena a la empresa quejada las acciones necesarias para lograr el cumplimiento efectivo del CAC; en virtud de las facultades contenidas en el artículo 7°.

Los mandatos que adopte el CEC deben ser acordados por unanimidad de sus miembros y son de obligatorio cumplimiento para la empresa quejada. En caso que no exista unanimidad, el CEC deberá solicitar al pleno del Comité Permanente del CONAR que emita opinión sobre la Queja.

El pleno de la Comisión Permanente evaluará la Queja y decidirá en base a la opinión de la mayoría de los integrantes. Su pronunciamiento es vinculante para el CEC y de cumplimiento obligatorio para la empresa quejada. En estos casos, la Comisión Permanente del CONAR cuenta con las facultades contenidas en el segundo párrafo del artículo 7°.

En ambos casos, el CEC y la Comisión Permanente pueden solicitar información adicional a cualquiera de las partes, antes de emitir su pronunciamiento en la Queja materia de supervisión. Las partes tienen la obligación de proporcionar la información solicitada. En caso contrario, el CEC podrá archivar la Queja o tener por ciertos los hechos alegados por quien suscriba la Queja, según corresponda.

La Secretaría Técnica del CEC procederá a notificar a las partes, con lo cual concluye la Queja.

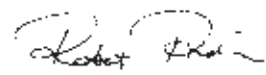
En caso de que la persona que interpuso la Queja, no estuviera de acuerdo con lo resuelto por el CEC o por la Comisión Permanente, tendrá expedito su derecho a presentar su respectiva Denuncia ante el CONAR, para lo cual deberá cumplir con los requisitos contenidos en el Manual de Procedimientos del CONAR. La Denuncia se tramitará de acuerdo al procedimiento establecido en el mencionado Manual.

Artículo 10°: Las Quejas que sean presentadas ante la oficina del CONAR, serán remitidas en el plazo máximo de un (1) día hábil a la empresa suscriptora, para que proceda conforme a lo establecido en el artículo 6°. En este caso, el plazo de tres (3) días hábiles para resolver la Queja, será contado a partir del día siguiente en que la empresa recibió la documentación remitida por el CEC.

Lima, 21 de Junio de 2007

CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

SUSCRITO POR:



Robert Priday Woodworth
Presidente
Unión de Cervecerías Peruanas
Backus y Johnston S.A.A.



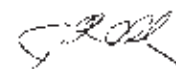
Carlos Arturo Mejía Pérez
Presidente
Consejo Regulador de la
Denominación de Origen Pisco

SUPERVISADO POR:



Miguel Rivera Aguirre
Presidente
Consejo de Autorregulación Publicitaria

INSTITUCIONES ADHERENTES:



Pedro Olaechea Álvarez Calderón
Presidente
Comité de la Industria Vitivinícola
Sociedad Nacional de Industrias



José Miguel Poblete Brescia
Presidente
Comité de Pisco de la Gerencia
de Agro Exportaciones
Asociación de Exportadores



Julio Sotelo
Presidente
Asociación de Productores
de Pisco de Ica



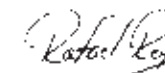
Guillermo Zapata
Presidente
Asociación de Productores
de Pisco de Lima

INSTITUCIÓN VEEDORA:



Mirtha Correa Alamo
Representante
Colectivo Fem TV

TESTIGO DE HONOR:



Rafael Rey
Ministro
Ministerio de la Producción





Bacrus

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACION DE ORIGEN PISCO

Supervisado por:

CONAR

Consejo de Autorregulación Publicitaria