



ASOCIACION DOMINICANA DE FABRICANTES DE CERVEZA

CODIGO DE AUTORREGULACIÓN DE MERCADEO

Las industrias cerveceras de la República Dominicana integradas en la Asociación Dominicana de Fabricantes de Cervezas, Inc. (ADOFACE), suscriben de común acuerdo y de manera voluntaria, el presente Código de Autorregulación de Mercadeo, que reúne los principios y normas que enmarcan las prácticas del mercadeo y la publicidad responsables de sus productos.

Entre:

1. **Cervecería Nacional Dominicana, C. por A.**, compañía organizada de conformidad con las leyes de la República Dominicana, con su domicilio social en la Avenida Independencia esq. Calle San Juan Bautista, Santo Domingo, D. N., representada por su Presidente, señor Rafael G. Menicucci, dominicano, Mayor de edad, casado, domiciliado y residente en esta ciudad, portador de la Cédula de Identidad y Electoral No. 001-0102563-3.
2. **Cervecería Vegana, S. A.**, compañía organizada de conformidad con las leyes de la República Dominicana, con su domicilio social en la avenida Juan Rodríguez No. 228, El Hatico, La Vega, representada por su Gerente General, Señor J. Armando Bermúdez, Jr., dominicano, Mayor de edad, soltero, domiciliado y residente en Santiago de los Caballeros, portador de la Cédula de Identidad y Electoral No. 031-0190985-5.
3. **Cervecería Bohemia, S.A.**, compañía organizada de conformidad con las leyes de la República Dominicana, con su domicilio en la Prolongación Avenida 27 de Febrero, Distrito Nacional., representada por el señor George González, dominicano, Mayor de edad, casado, domiciliado y residente en esta ciudad, portador de la Cédula de Identidad y Electoral No.001-0138678-6.
4. **Compañía Cervecera AmBev Dominicana CxA.**, sociedad comercial constituida y organizada de acuerdo a las leyes de la República Dominicana, con oficinas principales y domicilio social ubicado en la Av. San Martín, 279, Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana, RNC-10-1003723, debidamente representada por los señores Vinicius Sousa Cardoso y Gilmar Ribeiro Vieira, en sus calidades de Vicepresidente de Finanzas y Operaciones, ambos brasileños, mayores de edad, el primero portador de la cédula de identificación No. 001-1810279-7, y el segundo portador del Pasaporte Brasileño No. CO 954500, respectivamente, quienes actúan en virtud de los poderes conferidos por el Consejo de Administración.
5. **Asociación Dominicana de Fabricantes de Cerveza, Inc. (ADOFACE)**, Institución sin fines de lucro, constituida de conformidad con el Decreto – Ley No. 520 del 26 de julio de 1920, con su domicilio social en Santo Domingo, D. N., representada por su Presidente, señor Rafael G. Menicucci Vila, dominicano, Mayor de edad, casado, domiciliado y residente en esta ciudad, portador de la Cédula de Identidad y Electoral No. 001-0102563-3.

MERCADEO RESPONSABLE:

Este Código de Autorregulación de Mercadeo significa en definitiva, reafirmar el compromiso de ADOFACE con la sociedad, en el ejercicio de su actividad comercial, de que toda la publicidad y mercadeo de Cerveza sea legal, honesta, acorde con los principios de justa competencia y buenas prácticas comerciales, con sentido de responsabilidad social y en ningún caso transgreda los principios, los límites de la ética, la dignidad o la integridad humana.

DEFINICIONES:

Las siguientes definiciones son suministradas para asistir en la interpretación del presente Código.

ADOFACE: Asociación Dominicana de Fabricantes de Cervezas, la cual reúne a las principales Industrias Fabricantes de Cerveza de la República Dominicana.

JUNTA DIRECTIVA DE ADOFACE: Órgano al que se dirige cualquier miembro de ADOFACE para velar por el cumplimiento del presente Código y por la resolución de controversias entre sus miembros, de acuerdo a lo establecido en los Estatutos de ADOFACE.

CERVEZA: Es la bebida obtenida por la fermentación alcohólica del mosto preparado de cebada malteada, adicionada a levadura seleccionada, lúpulo y agua potable.

PUBLICIDAD: Cualquier comunicación escrita, radial o audiovisual dirigida a los consumidores con el objetivo de motivar la selección de un producto o servicio. por parte de los consumidores.

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL: Tipo de publicidad que ofrece información o promueve algún valor o característica de la entidad corporativa que la realiza.

EVENTO PROMOCIONAL: Evento o actividad organizada por o en nombre de uno de los suscribientes de este Código dirigida a promover una marca de cerveza, cuando el evento o actividad no ocurriría sin su inversión o concurso.

PATROCINIO: Cualquier contribución pública o privada a una tercera parte con relación a un evento, equipo o actividad realizada con el propósito de promocionar o comercializar una marca de producto de cerveza, cuyo evento, equipo o actividad todavía existiría si no ocurriera dicha contribución.

MAYOR DE EDAD: Una persona que tiene al menos 18 años de edad.

MENOR DE EDAD: Cualquier persona menor de 18 años de edad.

SESPAS: Secretaria de Estado de Salud Pública y Asistencia Social de la República Dominicana

OPS: Organización Panamericana de la Salud

OMS: Organización Mundial de la Salud

PRINCIPIOS GENERALES:

El Mercadeo Responsable es un esfuerzo legítimo realizado por ADOFACE para informar a los consumidores sobre los diferentes tipos, marcas, características y precios de las cervezas disponibles en el mercado nacional.

Los principios básicos que reflejan las políticas mercadológicas de ADOFACE y que sirven de base a este código son:

- i. **Consumo Responsable:** ADOFACE entiende que parte de su responsabilidad social es velar porque sus productos con contenido alcohólico sean consumidos de forma responsable y su ingestión no debe combinarse con la conducción de vehículos o maquinarias, ni con el trabajo. Dicho consumo responsable, se fundamenta en un comportamiento individual o social que evite alteraciones de la conducta humana que podrían poner en situaciones de riesgo a la persona, protegiendo la integridad física y psíquica y respetando la dignidad humana y sus derechos. Entendemos que el consumo moderado de cerveza es una responsabilidad de los consumidores compartida con la industria, los intermediarios comerciales, las autoridades públicas y la sociedad en su conjunto.
- ii. **Protección de los Menores de Edad:** ADOFACE cree firmemente que los menores de edad no deben adquirir ni tomar bebidas alcohólicas. Todos los actores que intervienen en la cadena de distribución y venta de cerveza y bebidas alcohólicas tienen que cumplir con la ley y con la conducta moral, por lo que no deben, bajo ninguna circunstancia, facilitar el acceso al consumo de alcohol a los menores de 18 años.
- iii. **Ética Publicitaria:** ADOFACE considera la publicidad como un esfuerzo legítimo para informar de manera transparente a los consumidores sobre los diferentes tipos, marcas, características y precios de las cervezas disponibles en el mercado.
- iv. **Cumplimiento de la ley:** ADOFACE considera que la publicidad no debe sugerir, de manera directa o indirecta, el incumplimiento de cualquier disposición legal vigente en República Dominicana.

SOBRE EL CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD:

La publicidad, los materiales y actividades de mercadeo de cervezas deben proyectar el sentido de responsabilidad de la industria y del consumidor en la promoción y consumo del producto, respectivamente. Por tanto se asume el compromiso de que ninguna publicidad deberá:

1. Utilizar modelos menores de 23 años de edad y que lo aparenten.
2. Utilizar dibujos animados, personajes infantiles, muñecos y/o animales “humanizados” como protagonistas y que resulten de especial atractivo para menores de 18 años de edad.
3. Asociar o proyectar el consumo de cerveza con el manejo de vehículos u operación de maquinarias de ningún tipo.
4. Asociar o proyectar el consumo de cerveza antes o durante actividades que requieren un alto grado de atención o coordinación.
5. Asociar el consumo moderado o abstinencia como una conducta inferior o mal vista
6. Contener situaciones de consumo excesivo o irresponsable de cerveza.
7. Mostrar personas en estado de ebriedad, ni sugerir que la intoxicación alcohólica es una conducta aceptable.
8. Ser dirigidas a mujeres embarazadas o que aparezcan en las mismas.
9. Contener o asociarse a actividades tipificadas como ilegales por las leyes dominicanas
10. Mostrar circunstancias en las que se asocie el consumo de alcohol con la conducción de vehículos de motor.
11. Afirmar que el consumo del producto es indispensable para lograr el éxito atlético, social, sexual o laboral.
12. Apoyarse en temas religiosos o políticos.
13. Menospreciar a la competencia. En el caso de que se hagan comparaciones entre marcas que compiten entre sí, las afirmaciones deben ser verdaderas y de valor para los consumidores.
14. Asociar de manera infundada que las cervezas de la competencia contienen ingredientes o aditivos objetables, excepción hecha en el caso de que la SESPAS, OPS y/o la OMS hayan informado de que dichos ingredientes, exceptuando el alcohol, son perjudiciales para la salud.

15. Mostrar el uso de envases de cervezas en acciones que atenten contra la urbanidad; a menos que dichas escenas sean utilizadas para promover campañas de limpieza y reciclaje o para fines educativos.
16. Presentar o asociar el consumo de cerveza como algo relevante para la educación; ni tampoco deberá la publicidad minimizar el acto de estudiar.
17. Hacer afirmaciones sobre aspectos de salud que no sean científicamente comprobables.

SOBRE EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

1. Las normas contenidas en este código son aplicables a toda la publicidad, mercadeo, eventos promocionales y patrocinios de marcas de cerveza, a través de cualquier medio escrito o electrónico. Las mismas no son aplicables a materiales educativos o promocionales de carácter institucional diseñados para motivar el consumo responsable de cervezas o para contribuir a eliminar el acceso y consumo del producto entre los menores de edad, como también evitar mezclar cerveza con manejo.
2. En el caso de la publicidad institucional estas normas son aplicables cuando la publicidad haga alusión directa o indirecta al consumo de cerveza.
3. La publicidad y los materiales de mercadeo de cervezas deben ser colocados en revistas, periódicos, programas de televisión, programas de radio, u otros medios en los cuales pueda advertirse de manera razonable que el público se constituya por personas mayores de edad.

SOBRE LA PROTECCION DE LOS MENORES DE EDAD:

ADOFACE comparte el compromiso y asume la responsabilidad de que la publicidad, mercadeo, actividades promocionales y patrocinio de cervezas sean dirigidos a consumidores mayores de edad, y por tanto se compromete a:

1. No emplear ningún dibujo, lenguaje, música, gesto o personaje destinado a atraer particularmente la atención de menores de edad para comprar o consumir cervezas.
2. No mostrar a menores de edad o personas que parezcan menores de 23 años de edad animando al consumo de cerveza.
3. Que las personas que participen en la publicidad de cervezas, los modelos y actores, tengan un mínimo de 23 años de edad, comprobado mediante identificación idónea, y que aparenten ser mayores de 23 años de edad.
4. No publicitar o mercadear cerveza en eventos en los cuales se espera, de manera razonable, que la mayoría de los asistentes sean personas menores de edad. Esta norma no impide a ADOFACE colocar publicidad y materiales de mercadeo en o cerca de instalaciones que sean utilizadas principalmente para eventos orientados hacia adultos, pero que de manera ocasional puedan ser utilizadas para algún evento con asistencia de personas menores de edad.
5. No utilizar logos y marcas de fábrica de cerveza, o autorizar su incorporación en prendas de vestir, juguetes, juegos o equipos de juegos, u otros materiales destinados principalmente al uso de menores de edad.
6. Desarrollar, auspiciar iniciativas de carácter didáctico-formativo orientadas a prevenir el acceso y consumo de cerveza por menores de edad.
7. Respaldar iniciativas que procuren el cumplimiento de las disposiciones legales que prohíben la compra y el consumo de cerveza por parte de menores de edad.

SOBRE LAS ACTIVIDADES EN LOS CENTROS DE EDUCACION BASICA Y MEDIA:

1. Las industrias cerveceras no incluirán a centros de educación básica y media como lugares de expendio permanente.

2. En eventos ocasionales organizados en centros de educación básica y media, en los cuales deseen vender cervezas, la industria cervecera requerirá al organizador exhibir de forma clara y visible la prohibición de venta a menores de 18 años de edad, así como promover que se efectúe la venta solo a mayores de 18 años de edad.
3. En eventos celebrados en centros de educación básica y media no se utilizarán carpas o materiales promocionales identificados con marcas de cerveza; no se entregarán a menores objetos promocionales tales como gorras, camisetas, llaveros, etc... y la industria cervecera vendedora será la responsable de colocar o exigir que se coloque en los lugares de expendio una leyenda claramente legible y visible, advirtiendo la prohibición de vender cerveza a menores de edad.
4. Lo anterior no se aplicará cuando los centros de educación básica y media sean utilizados, como lugares rentados o prestados, para realizar actividades clara y específicamente dirigidas principalmente a mayores de 18 años de edad.

SOBRE PROMOCION Y EVENTOS

1. **Ofertas Promocionales:** Las ofertas promocionales y programas para marcas de cervezas específicas que aparecen en el empaque, en el punto de venta o por correo deberán estar dirigidas a mayores de edad.
2. **Eventos Promocionales:** ADOFACE deberá requerir que este tipo de eventos esté dirigido principalmente a mayores de edad.
3. **Artículos Promocionales:** Todo artículo promocional deberá concebirse y diseñarse para estar dirigido a mayores de edad.
4. **Eventos Patrocinados:** Todo patrocinio podrá otorgarse a un evento o actividad que sustente nombres de marcas de cerveza, cuando dicho evento esté dirigido principalmente a mayores de edad.

SOBRE LA CONDUCCIÓN DE VEHICULOS Y EL CONSUMO DE CERVEZA:

ADOFACE se compromete a que:

1. La publicidad de cerveza no sugerirá que existe un nivel seguro de consumo de alcohol para la conducción de vehículos.
2. La publicidad de cerveza no mostrará, promocionará o sugerirá en ninguna circunstancia el consumo de alcohol con conducción de vehículos.

ADOFACE podrá auspiciar campañas o iniciativas sobre educación vial orientadas a informar a los conductores de los peligros que implica la conducción de vehículos bajo los efectos del alcohol.

PROCESO DE APLICACIÓN DE ESTE CODIGO:

En caso de que una de las partes suscribientes de este Código considere que otra u otras incumple(n) con los principios y compromisos establecidos en el presente Código, podrá presentar su reclamación ante la Junta Directiva de ADOFACE, debidamente sustentada señalando y explicando los principios y compromisos que han sido violados, la cual lo someterá al Comité de Solución de Controversias, con la finalidad de conocer la queja o reclamación y

ofrecer una solución pacífica y bajo el ámbito institucional a las controversias que puedan surgir entre dos o más miembros.

El procedimiento de Solución de Controversias regido por el presente Código es de carácter privado y confidencial.

Una primera reunión será sostenida con los representantes de cada miembro de ADOFACE a fin de buscar una primera respuesta de intención de continuar o no con dicho procedimiento.

En caso de negativa de una de las partes integrantes se procederá entonces a la conformación del Comité de Solución de Controversias, el cual una vez conformado y apoderado de la queja o reclamación tendrá un plazo de quince (15) días laborables para proveer una solución al conflicto.

Dicho Comité procederá al estudio y análisis de la queja o reclamación tomando como base el presente Código, así como resoluciones anteriores de casos similares si las hubiere y decidirá sobre dicha reclamación. Deberá emitir su resolución en una reunión final o a más tardar dos (2) días después de la misma, siempre dentro del plazo de los quince (15) días laborables previamente establecido. La resolución emitida deberá ser sustentada y notificada por escrito a cada parte.

El Comité de Solución de Controversias estará integrado por:

- Un (1) representante elegido por cada parte envuelta en la controversia, quienes podrán hacerse acompañar de otras personas de la empresa o de su agencia publicitaria, que considere conveniente para el esclarecimiento de su posición y argumentos.
- Un (1) representante del sector elegido en consenso por los representantes anteriores, el cual debe ser de una empresa diferente a las empresas envueltas en la controversia.
- El o la Directora Ejecutiva de ADOFACE presidirá la reunión y hará todas las convocatorias necesarias al proceso, asimismo levantará acta de los presentes, representantes y argumentos dirimidos.

Las partes que decidan someter sus diferencias al Comité de Solución de Controversias se obligan como parte de ADOFACE a cumplir sin demora cualquier decisión o acuerdo que se concerte. Se respetará que una vez conformado el Comité de Solución de Controversias, la decisión de someterse a dicho Comité implica renuncia a cualesquiera otras vías de recurso.

La decisión adoptada y emitida por el Comité de Solución de Controversias emitida es ejecutoria, de cumplimiento inmediato para las partes.

El Comité de Solución de Controversias, en función de la gravedad del hecho, podrá:

1. Advertir al Cervecerero Dominicano y su agencia sobre la falta en la que han incurrido sobrepasando los principios que sustentan el código y que tal situación no debe repetirse.
2. Ordenar la rectificación del anuncio o pieza promocional, indicando exactamente en cuales aspectos se ha incumplido con las disposiciones del presente Código.
3. Ordenar que la publicidad o práctica de mercadeo sea definitivamente retirada.

El incumplimiento reiterado de los compromisos asumidos por el presente Código y en particular no atender a los requerimientos del Consejo, será incompatible con la membresía de ADOFACE.

DIFUSION Y CUMPLIMIENTO DEL CODIGO:

Se otorga un plazo de ciento ochenta (180) días, contados a partir de la firma, para que los suscribientes adecuen su publicidad y prácticas afines a lo establecido en el presente código.

Será responsabilidad de las industrias suscribientes, difundir y promover los principios y normas contenidas en el presente código entre sus empleados, clientes, puntos de venta, centros de

consumo, agencias de publicidad y comunicaciones, medios, cuyos servicios incluyan la producción o colocación de publicidad y prácticas afines para el mercadeo y ventas de cervezas en la República Dominicana; así como a instituciones y personas interesadas.

Hecho y firmado en Santo Domingo, D. N., el día DIECISIETE (17) del mes de AGOSTO del año dos mil seis (2006)

CERVERÍA NACIONAL DOMINICANA
Representada por Rafael G. Menicucci V.

CERVERIA BOHEMIA
Representada por George Gonzalez

CERVECERÍA VEGANA
Representada por José Armando Bermúdez Madera

COMPañÍA CERVECERA AMBEV DOMINICANA
Representada por Gilmar Ribeiro Vieira y Vinicius Sousa Cardoso

Asociación Dominicana de Fabricantes de Cerveza (ADOFACE)
Representada por Rafael G. Menicucci V.