

**Código de Autorregulación
de las Comunicaciones Comerciales
de la Industria Cervecera
en la República Bolivariana de Venezuela**



Código de Autorregulación de las Comunicaciones Comerciales de la Industria Cervecera en la República Bolivariana de Venezuela

Caracas, agosto 2007



Cámara Venezolana de Fabricantes de Cerveza

Concepto gráfico, diseño y diagramación: Cograf Comunicaciones

Impresión: Gráficas Acea

Código de Autorregulación de las Comunicaciones Comerciales de la Industria Cervecera en la República Bolivariana de Venezuela

La Cámara Venezolana de Fabricantes de Cerveza (Caveface) y cada uno de sus miembros suscriben, de común acuerdo y de manera voluntaria, el presente Código de Autorregulación de Comunicaciones Comerciales de la Industria Cervecera en la República Bolivariana de Venezuela, que reúne los principios y normas que enmarcan las prácticas del mercadeo y la publicidad de sus productos de cerveza.

Los miembros de Caveface son:



Cervecería Polar C.A.

Compañía
Brahma Venezuela
AmBev Venezuela



Comunicaciones comerciales:

Este Código de Autorregulación de Comunicaciones Comerciales de la Industria Cervecera en la República Bolivariana de Venezuela reafirma el compromiso de Caveface y todos sus miembros con la sociedad, manifestado a través del ejercicio de su actividad comercial y, en particular, bajo el compromiso de que todas las comunicaciones comerciales de cerveza sean legales, honestas, acordes con los principios de justa competencia y buenas prácticas comerciales, con sentido de responsabilidad social y de que en ningún caso transgredan dichos principios ni, en general, sobrepasen o vulneren los límites de la ética, la dignidad o la integridad humana, todos ellos sólidamente anclados en el ordenamiento jurídico venezolano y en las disposiciones legales que gobiernan las comunicaciones comerciales en nuestro país.

El presente Código es aplicable a todas las comunicaciones comerciales relativas a cerveza con contenido alcohólico en sus diversas presentaciones y tipos, fabricadas, importadas o comercializadas por los miembros de Caveface y por aquellos que se adhieran a este Código.

Definiciones:

Las siguientes definiciones son suministradas para asistir en la interpretación del presente Código y establecer su sentido y alcance en cuanto a las materias que aquí se tratan, y como tales definiciones, están limitadas y circunscritas en cuanto al alcance que claramente aparece y se desprende de la redacción que de las mismas se hace.

Caveface: Cámara Venezolana de Fabricantes de Cerveza, la cual reúne a las industrias fabricantes de cerveza que operan en el territorio de la República Bolivariana de Venezuela y son miembros de ésta.

Consejo Directivo de Caveface: Órgano encargado de velar por el cumplimiento del presente Código.

Comunicación comercial: cualquier acto, práctica o comunicación adecuados para promover, de forma directa o indirecta, la adquisición de productos de cerveza por parte de los consumidores y objetivamente realizados con esta finalidad, cualquiera que sea el medio a través del que se lleven a cabo o las circunstancias de tiempo o lugar en que se realicen. En particular, son modalidades de comunicación comercial la publicidad, las promociones u ofertas de ventas, el patrocinio, el mercadeo directo, las relaciones públicas y la presentación de los productos de cerveza.

Evento promocional: Evento o actividad organizados, directa o indirectamente, por uno de los miembros de Caveface y dirigidos a promover una marca o un producto de cerveza.

Patrocinio: Se refiere a la asociación entre una marca o un producto de cerveza y una determinada persona, actividad o evento, que se hace pública a través de medios y espacios habitualmente relacionados con la difusión de publicidad y a través de otros que no lo están. Esa asociación resulta de la realización de una prestación dineraria o in natura por parte del anunciante, de un lado, y, de otro, de la colaboración publicitaria del patrocinado y de la comunicación al público de la realización de aquella contribución.



Principios generales:

Los principios generales que, de conformidad plena con el ordenamiento jurídico venezolano, habrán de regular las comunicaciones comerciales relativas a cervezas y que sirven de base a este Código, son:

- 1. Consumo responsable:** Caveface y los miembros de Caveface entienden que parte de su responsabilidad social es promover que sus cervezas sean consumidas de forma responsable y moderada.
- 2. Protección de los niños, niñas y adolescentes:** Caveface y los miembros de Caveface creen firmemente que los niños, niñas y adolescentes no deben adquirir ni consumir bebidas alcohólicas, por lo que se comprometen a promover que sus productos de cerveza no sean consumidos por niños, niñas y adolescentes.
- 3. Ética publicitaria:** los miembros de Caveface consideran las comunicaciones comerciales como un esfuerzo legítimo para relacionar sus marcas y productos de cerveza con los consumidores en el mercado.
- 4. Cumplimiento de la ley:** las comunicaciones comerciales de los miembros de Caveface se desarrollarán en cumplimiento de las disposiciones legales vigentes en el ordenamiento jurídico venezolano.

Sobre el contenido de las comunicaciones comerciales:

Las comunicaciones comerciales deben proyectar el sentido de responsabilidad de la industria y del consumidor en la promoción y consumo de cerveza, respectivamente. Por tanto se asume el compromiso de que ninguna comunicación comercial deberá:

1. Relacionar el consumo de cerveza con la operación de maquinarias o con la conducción de vehículos, excepto en los casos referidos a la ejecución de campañas dirigidas a concientizar y a responsabilizar a la sociedad de los riesgos derivados del abuso en el consumo de tales bebidas.
2. Asociar el consumo moderado o abstinencia como una conducta inferior o mal vista.
3. Utilizar mensajes que sugieran el consumo excesivo o irresponsable de cerveza.
4. Mostrar personas en estado de ebriedad, ni sugerir que la intoxicación alcohólica es una conducta aceptable.
5. Ser dirigida a mujeres embarazadas o que aparezcan en la misma.
6. Contener o asociarse a actividades violentas o delictivas tipificadas como ilegales por las leyes venezolanas.
7. Afirmar que el consumo de cerveza es indispensable para lograr el éxito social, sexual o laboral.
8. Relacionar directamente el producto de cerveza con imágenes, símbolos o figuras religiosas o políticas.

- 9.** Menospreciar a la competencia. En el caso de que se hagan comparaciones entre marcas o cervezas que compiten entre sí, las afirmaciones deben ser basadas en hechos concretos y comprobables.
- 10.** Mostrar el uso de envases de cervezas en acciones que atenten contra la preservación del ambiente; a menos que dichas escenas sean utilizadas para promover campañas de limpieza y reciclaje o para fines educativos.
- 11.** Presentar o asociar el consumo de cerveza como algo relevante para la educación; ni tampoco deberá la comunicación comercial minimizar la importancia del acto de estudiar.
- 12.** Sugerir que existe un nivel seguro de consumo de alcohol con respecto a la conducción de vehículos.
- 13.** Incluir mensajes sobre propiedades medicinales o curativas del alcohol o en relación con el incremento en las habilidades físicas y mentales derivado de su consumo.
- 14.** Presentar el alto contenido alcohólico como una cualidad positiva ni el bajo contenido alcohólico como condición que permite un mayor consumo.

Sobre la protección especial de los niños, niñas y adolescentes:

Los miembros de Caveface comparten el compromiso y asumen la responsabilidad de que las comunicaciones comerciales sean dirigidas a consumidores mayores de edad, y por tanto se comprometen a:

1. No utilizar lenguajes, músicas, dibujos animados, personajes infantiles o animales “humanizados”, que puedan captar principal y especialmente a niños, niñas y adolescentes.
2. Que las personas que participen en la comunicación comercial de cervezas, los modelos y actores, tengan y aparenten al menos 20 años de edad.

Sobre la ubicación de las comunicaciones comerciales:

Los miembros de Caveface están comprometidos a evitar que sus comunicaciones comerciales lleguen a un público distinto al mayor de edad, así como que se relacionen con la conducción de vehículos o afecten la seguridad vial, por lo que se comprometen a evitar la ubicación de sus comunicaciones comerciales en los siguientes lugares:

1. Revistas, periódicos u otros medios dirigidos especialmente a un público constituido por niños, niñas y adolescentes.
2. En el espacio de eventos dirigidos especialmente a niños, niñas y adolescentes, y durante su realización.
3. En prendas de vestir, juguetes, juegos o equipos de juegos, u otros materiales destinados exclusivamente al uso de niños, niñas y adolescentes.
4. En las páginas web de los miembros de Caveface y sus marcas de bebidas alcohólicas, sin previa exigencia de confirmación de la mayoría de edad.
5. Estaciones terminales de transporte terrestre público interurbano.
6. Teatros infantiles, museos y bibliotecas.
7. Parques infantiles y zoológicos.
8. Establecimientos e instalaciones deportivas y gimnasios destinados exclusivamente a actividades desarrolladas por niños, niñas y adolescentes y en aquellas instalaciones deportivas al momento en el que se desarrollen actividades en las que participen en competencia o exhibición niños, niñas y adolescentes.

9. Toda edificación sede de entidades públicas de los Poderes Público Nacional, Estatal y Municipal.
10. En los vidrios delanteros, laterales y traseros de los vehículos o medios de transporte que brindan servicio público o de uso privado o en cualquier otra parte del vehículo siempre que pueda entorpecer la visibilidad, manejo y el tránsito de su conductor.
11. Aulas de centros educativos de nivel preescolar, escolar, superior, técnico y otros lugares destinados al cuidado de niños, niñas y adolescentes. En eventos ocasionales organizados por centros de educación básica y media, en los cuales se expendan cerveza, la industria exhibirá de forma clara y visible la prohibición de venta a menores de 18 años de edad, además promoverá que se efectúe la venta sólo a mayores de edad; en estos casos, no se utilizarán materiales promocionales de ningún tipo identificados con marcas de cerveza.

Excepcionalmente se admitirán comunicaciones comerciales dentro de los locales ubicados en estos lugares cuando hayan sido debidamente autorizados por la autoridad competente para el expendio permanente o eventual de bebidas alcohólicas.



Sobre la educación para el consumo responsable:

Caveface y los miembros de Caveface asumen la responsabilidad en la educación para el consumo responsable de cerveza, para lo cual se comprometen a trabajar de manera sostenida en alguna de las siguientes áreas:

- 1.** Desarrollar y auspiciar iniciativas de carácter didáctico-formativo orientadas a prevenir el acceso y consumo de cerveza por niños, niñas y adolescentes.
- 2.** Respaldar iniciativas que procuren el cumplimiento de las disposiciones legales que prohíben la compra y el consumo de cerveza por parte de niños, niñas y adolescentes.
- 3.** Desarrollar campañas publicitarias cuyo mensaje principal sea la educación para el consumo responsable de cerveza.

Adicionalmente, Caveface y los miembros de Caveface incluirán en todas sus comunicaciones comerciales mensajes para la educación sobre el consumo responsable de cerveza.

Caveface o sus miembros podrán 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.

Procedimiento en caso de infracción de este código:

El procedimiento de solución de controversia regido por el presente Código es de carácter privado y confidencial.

En caso de que cualquiera de los miembros de Caveface considere que otro u otros miembros incumple(n) con alguna o varias de las disposiciones establecidas en el presente Código, podrá presentar su reclamación ante el Consejo Directivo de Caveface debidamente sustentada, señalando y explicando las disposiciones que han sido violadas.

Una vez recibido el reclamo, el Consejo Directivo procederá inmediatamente a abrir expediente y notificará del mismo a la parte reclamada y al resto de los miembros de Caveface, anexando copia del documento respectivo. Después de que se efectúe la última de las notificaciones la parte reclamada tendrá un día hábil para contestar la reclamación.

Si algún otro miembro de Caveface decidiera hacerse parte reclamante, deberá hacerlo al día hábil siguiente a su notificación so pena de perder la oportunidad de objeción contra la comunicación comercial específica de que se trate. En este caso la parte reclamada deberá ser nuevamente notificada y el plazo para dar contestación al reclamo o reclamos presentados comenzará nuevamente a correr a partir de la fecha en que se efectúe la última de las notificaciones. Después de esa fecha se seguirá un proceso único para todos los reclamos presentados, según los lapsos que se establecen a continuación.

Si la parte reclamada objetara por completo la reclamación, el expediente será inmediatamente enviado a la Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA) a fin de que resuelva sobre el mismo, utilizando las disposiciones sustantivas de este Código y sus propios códigos y procedimientos para la solución de conflictos entre sus afiliados.

Si la parte reclamada aceptara sólo parcialmente la reclamación proponiendo una reforma de la comunicación comercial, el Consejo Directivo informará inmediatamente de esta propuesta a la parte reclamante, la cual deberá responder el día hábil siguiente de ser notificada, sobre su conformidad con la respectiva propuesta de reforma.

Ante la disconformidad de la parte reclamante o el incumplimiento de la parte reclamada de su propuesta de reforma, el Consejo Directivo convocará inmediatamente a un mediador de la lista conformada al efecto y notificará a las partes sobre su convocatoria. Las partes y el mediador se reunirán el día hábil siguiente a su notificación y hasta por dos días hábiles a fin de alcanzar un acuerdo.

Si las partes no llegaran a acuerdo, alguna de las partes no compareciera a alguno de los actos enunciados en este capítulo o abandonara el proceso, o si la parte reclamada incumpliera el acuerdo alcanzado con objeto de la mediación, el Consejo Directivo remitirá inmediatamente el caso a la Asociación Nacional de Anunciantes.

En el lapso de 30 días contados a partir de la aprobación de este Código, los miembros de Caveface conformarán de mutuo acuerdo, una lista de diez personas de reconocida solvencia y trayectoria en el ámbito profesional en el que se desarrollen, para que funjan como mediadores en los procedimientos conciliatorios en el ámbito de la aplicación de este instrumento, quienes serán convocados de manera aleatoria y mediante sorteo por insaculación. Vencido el lapso anterior sin haberse alcanzado acuerdo alguno la conformación de la lista de mediadores estará a cargo del Consejo Directivo de Caveface.

El Consejo Directivo de Caveface determinará la forma de aplicar el presente Código mientras se conforma la lista de mediadores. Asimismo, determinará la dieta a suministrar a los mediadores así como el origen de estos fondos.

Si al cabo de un año contado a partir de la suscripción del presente Código, la Asociación Nacional de Anunciantes no cuenta con la estructura necesaria para la aplicación de este Código de la forma descrita, el Consejo Directivo de Caveface reformará las disposiciones respectivas del Código y otorgará esta competencia a otro organismo.

Durante este lapso y mientras la Asociación Nacional de Anunciantes no haya estructurado la instancia respectiva, el Comité de Ética de esta asociación actuará en el procedimiento si las partes no llegaran a un acuerdo o ante cualquier incumplimiento de los resultados de la mediación. El Comité de Ética de ANDA conocerá del caso y podrá adoptar alguna de las siguientes resoluciones:

- 1.** No ha lugar al reclamo presentado.
- 2.** Ha lugar total o parcialmente el reclamo presentado, en cuyo caso y según la gravedad de la infracción al Código:
 - a.** Se amonestará verbalmente y en privado al presunto infractor.
 - b.** Se amonestará por escrito y en privado al presunto infractor.
 - c.** Se solicitará la modificación parcial de la publicidad o de la actividad publicitaria objeto de la infracción declarada.
 - d.** Se solicitará el retiro de la publicidad o la suspensión de la actividad publicitaria objeto de la infracción reclamada.



Difusión y cumplimiento del código:

Se otorga un plazo de noventa (90) días, contados a partir de la firma, para que los suscribientes adecúen sus comunicaciones comerciales a lo establecido en el presente Código. El Consejo Directivo de Caveface determinará la entrada en vigencia de las obligaciones previstas en el Código respecto a las botellas pirograbadas y las etiquetas de las botellas no retornables.

Será responsabilidad de Caveface y las industrias suscribientes, difundir y promover los principios y normas contenidas en el presente Código entre sus trabajadores, clientes, puntos de venta, agencias de publicidad y comunicaciones, medios, y otros cuyos servicios incluyan la producción o colocación de publicidad y prácticas afines para la comercialización, el mercadeo y venta de cervezas en Venezuela, así como a instituciones y personas interesadas.

El incumplimiento por los miembros de Caveface de las medidas acordadas por la Asociación Nacional de Anunciantes en el ámbito de un proceso de resolución de controversias iniciado por otro miembro, será sancionado por el Consejo Directivo de Caveface con el pago de mil unidades tributarias (1000 UT) que estarán destinadas a un fondo especial que será invertido en el desarrollo de campañas de consumo responsable suscritas por Caveface.

Si uno de los miembros de Caveface reincidiera en el incumplimiento de estas medidas acordadas por la Asociación Nacional de Anunciantes, el Consejo Directivo de Caveface le sancionará con el pago de tres mil unidades tributarias (3000 UT) destinadas al mismo fondo.

Ante el incumplimiento por cualquiera de los miembros de Caveface de las anteriores sanciones pecuniarias, el Consejo Directivo decidirá sobre la exclusión de dicho miembro de la Cámara.

El Consejo Directivo de Caveface revisará anualmente la aplicación y cumplimiento de las disposiciones de este Código, levantará un informe que recoja sus conclusiones, y podrá acordar la modificación y actualización de sus disposiciones.



Cámara Venezolana de Fabricantes de Cerveza (Caveface)
Segunda Transversal con Calle Hans Neumann,
Edificio Fundación Empresas Polar,
Mezzanina, Los Cortijos de Lourdes, Caracas.
Teléfonos: 58(212) 239.92.98 / 239.19.21 Fax: 239.95.07
e-mail: caveface@caveface.org.ve
www.caveface.org.ve
RIF. J-00152943-8