

I-EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

Los titulares de este Código de Autorregulación para la Comunicación Comercial, Prácticas de Negocio y Promoción de Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas, consideramos que el consumo responsable de bebidas alcohólicas puede formar parte de un estilo de vida balanceado y saludable, promoviendo el sano esparcimiento y la consolidación de relaciones en el núcleo familiar y de la amistad.

Asimismo, los firmantes de esta declaración reconocemos que el consumo irresponsable de bebidas alcohólicas puede generar problemas, tanto en lo personal como a nivel de salud pública y comunitaria y que se expresan a través del consumo excesivo, el conducir un vehículo bajo los efectos de bebidas alcohólicas y el consumo de menores de edad, entre otros.

Los firmantes de este Código de Autorregulación para la Comunicación Comercial, Prácticas de Negocio y de Promoción de Consumo Responsable comprometidos en garantizar un consumo responsable de las bebidas alcohólicas.

Código de Autorregulación para la Comunicación Comercial, Prácticas de Negocio y Promoción de Consumo Responsable



II-OBJETIVOS.

- Promover que todas las comunicaciones comerciales sean honestas, acordes con los principios de justa competencia y buenas prácticas comerciales y que no atenten contra las buenas costumbres.

I-EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.-

Los firmantes de este Código de Autorregulación para la comunicación Comercial, Prácticas de Negocio y Promoción de Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas, consideramos que el consumo responsable de bebidas alcohólicas puede formar parte de un estilo de vida balanceado y saludable, promoviendo el sano esparcimiento y la consolidación de relaciones en el núcleo familiar y de la amistad.

Asimismo, los firmantes de esta declaración reconocemos que el consumo inapropiado de bebidas alcohólicas puede generar problemas, tanto en lo personal como a nivel de salud pública y comunitaria y que se expresan a través del consumo excesivo, el conducir un vehículo bajo los efectos de bebidas alcohólicas y el consumo de menores de edad, entre otros.

Los firmantes de este Código de Autorregulación de Comunicación Comercial, Prácticas de Comercio y de Promoción de Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas estamos comprometidos en contribuir a la prevención del consumo inapropiado y en la promoción de un consumo responsable.

Compartimos la aspiración de actuar en conjunto a fin de lograr un impacto sostenible en la educación del consumidor. Motivados por un compromiso social de aportar bienestar a nuestras comunidades, además de los aportes socio-económicos que se desprenden de nuestra actividad industrial, nos anima una participación de primer orden.

Juntos, nos proponemos iniciar acciones encaminadas al desarrollo de programas de comunicación que promuevan un consumo responsable, apoyando además, las iniciativas que las autoridades competentes adelantan en este sentido.

Este primer paso queda plasmado en la implementación de un Código de Autorregulación de Comunicación Comercial, Prácticas de Comercio y Promoción de Consumo Responsable, que no es otra cosa que una declaración pública sobre el adecuado consumo de bebidas alcohólicas, la forma de llevar adelante la comunicación comercial y la conformación de un comité encargado de hacer cumplir las cláusulas de este compromiso.

Con este acuerdo, renovamos nuestro interés, esfuerzo y compromiso por invitar a las diferentes empresas, distribuidores y agencias vinculadas a la industria de las bebidas alcohólicas a suscribir este código para que ofrezcan su concurso y apoyo a esta iniciativa.

II-OBJETIVOS.-

- Promover que todas las comunicaciones comerciales sean honestas, acordes con los principios de justa competencia y buenas prácticas comerciales y que no atenten contra las buenas costumbres

- Promover que el mercadeo, publicidad y promociones comerciales de las bebidas alcohólicas no vayan dirigidas, directa o indirectamente, a personas menores de edad
- Ajustar todas las comunicaciones a los requisitos legales del país, en adición a los auto-regulatorios.
- Promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas como parte de un estilo de vida saludable

III-COMPROMISO DE LOS FIRMANTES.-

Sobre la Comunicación y Conducta Comercial

Entendemos por comunicación comercial cualquier acto, conducta comercial, práctica o comunicación adecuados para promover, de forma directa o indirecta, la adquisición de productos alcohólicos por parte de los consumidores. Ella incluye publicidad en medios de comunicación, los artículos promocionales, empaques, los auspicios de eventos e investigación de mercados.

En atención a lo anterior, y en cumplimiento de las leyes y normas de la República de Panamá, las empresas firmantes nos comprometemos a que la comunicación y la conducta comercial estarán orientadas por las siguientes pautas:

Principios Básicos

1-La Comunicación Comercial Debe:

- a) Ser legal, honesta, veraz y cumplir con los principios de competencia justa y las buenas prácticas empresariales
- b) Respetar los valores culturales de la comunidad relativos al género, raza, religión y diversidad
- c) Basarse en principios de justicia y buena fe
- d) Cumplir con las disposiciones legales vigentes

2-En cuanto a Menores la Comunicación Comercial:

- a) No debe dirigirse a personas menores de edad
- b) No debe emplear imágenes, personajes infantiles o lenguaje que apele o sea atractivo a los niños y adolescentes menores de edad
- c) Se tomarán las medidas adecuadas para que en los eventos donde se ofrezcan, entre otras bebidas, productos con contenido alcohólico, cumplan con los siguientes requisitos:

- Que no se servirá bebidas alcohólicas a menores de edad
- Que haya bebidas no alcohólicas disponibles
- Que la mayoría de los asistentes sea mayor de edad

d) La publicidad en vallas interiores y exteriores y el material POP se podrá colocar solamente en espacios que sean utilizados en eventos en los cuales se espera razonablemente que la mayoría de los asistentes sean mayores de edad. El Comité de Cumplimiento señalará los criterios para determinar en qué tipo de espacios y eventos aplican las anteriores restricciones.

3-En cuanto al Consumo Responsable la Comunicación Comercial:

- a) No deberá presentar o alentar el consumo irresponsable, riesgoso o excesivo
- b) No debe mostrar a personas en estado de intoxicación ni sugerir que la intoxicación es aceptable
- c) No deberá presentar el rechazo, la abstinencia o consumo moderado de alcohol como un proceder negativo o mal visto

4-Acerca del Desempeño la Comunicación Comercial:

- a) No promoverá el conducir vehículos bajo la influencia de bebidas alcohólicas

5-En Aspectos de Salud la Comunicación Comercial:

- a) No podrá mostrar o incluir mujeres embarazadas
- b) No podrá afirmar, sin evidencia científica pertinente, que las bebidas alcohólicas tienen cualidades curativas ni ofrecerse como producto estimulante, sedante o tranquilizante

6-Frente al Comportamiento Violento y antisocial, la Comunicación Comercial:

- a) No podrá asociarse con imágenes violentas o antisociales o con drogas ilícitas o una cultura de drogas

7-Ante el Éxito social/sexual la Comunicación Comercial:

- a) No destacará que el consumo de bebidas alcohólicas es un componente esencial para el éxito empresarial, laboral, sexual, deportivo o social

Sobre el Consumo las Empresas firmantes se comprometen a:

- 1-Incluir mensajes de consumo responsable en toda comunicación comercial
- 2-Sensibilizar a los consumidores sobre el consumo responsable de alcohol y en particular, sobre el no consumo de menores de edad y el conducir vehículos bajos los efectos del alcohol
- 3-Promover iniciativas de carácter didáctico-informativo orientadas a prevenir el mal uso del alcohol y en particular, el no consumo en menores de edad
- 4- Sensibilizar a nuestros clientes y vendedores al detalle sobre el uso responsable de los productos alcohólicos en los puntos de venta, para que promuevan el consumo responsable por parte de los consumidores mayores de edad, y evitar vender o servir alcohol a los menores de edad
- 5-Colaborar con las autoridades nacionales e internacionales para desarrollar programas que promuevan el consumo responsable de alcohol

IV-Supervisión y Cumplimiento

La supervisión y cumplimiento de este Código será responsabilidad de un Comité de Cumplimiento, quien recibirá las consultas y quejas de parte interesada, sobre el material publicitario o de promoción, sobre prácticas y conductas comerciales y sobre el cumplimiento de las disposiciones sobre el consumo y promoción a menores.

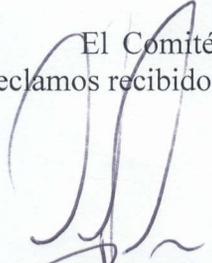
Este Comité lo integrará un representante de cada una de las empresas de la industria del alcohol en Panamá no vinculados a los Departamentos de Mercadeo y Ventas. Además, un delegado de la Junta de Arbitraje, designado por la Directiva de la Cámara de Comercio, Agricultura e Industrias de Panamá.

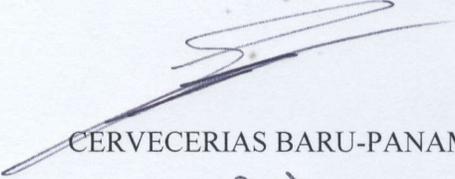
Las evaluaciones del Comité tomarán en cuenta, además de este Código, los compromisos sobre la comunicación comercial, la legislación nacional y los códigos de ética vigentes en la industria.

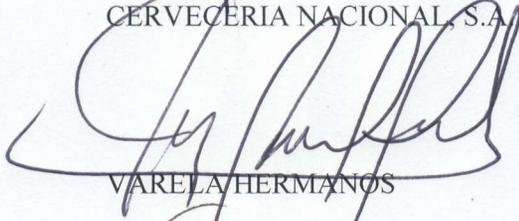
El proceder, observaciones y sanciones que adopte el Comité estarán contenidos en el reglamento que el mismo elaborará para su funcionamiento y el cumplimiento del contenido de este acuerdo, y que contemplará al menos, mociones de advertencia y procedimiento de sanción

El Comité se reunirá para considerar las quejas que reciba referidas al contenido de este acuerdo. Sus decisiones se tomarán por mayoría de votos

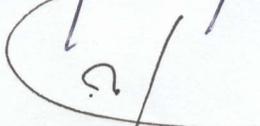
El Comité de Cumplimiento mantendrá un registro actualizado de las quejas y reclamos recibidos, así como sus conclusiones, recomendaciones y sanciones.

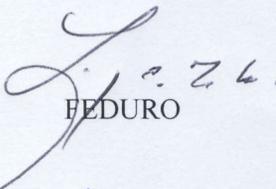

CERVECERIA NACIONAL, S.A.

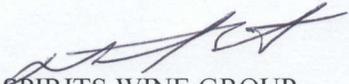

CERVECERIAS BARU-PANAMA

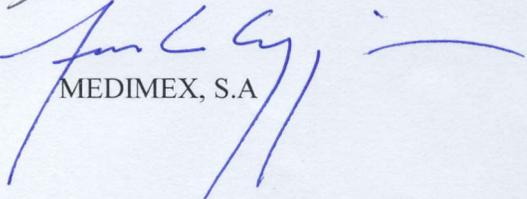

VARELA HERMANOS

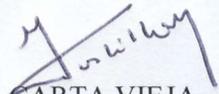

GLOBAL BRANDS


FELIPE MOTTA E HIJOS


FEDURO


SPIRITS WINE GROUP


MEDIMEX, S.A.


CARTA VIEJA

Panamá, 18 de agosto de 2008