

## CODIGO DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA

### INTRODUCCION

La Asociación Dominicana de Productores de Ron (**ADOPRON**) apoya el consumo responsable de bebidas con contenido alcohólico por parte de las personas con edad legal para consumirlas. En consecuencia, la comercialización y promoción pública de los productos fabricados por las empresas miembros de **ADOPRON** deben realizarse de manera responsable.

El cumplimiento de este Código de Autorregulación es de aplicación obligatoria por parte de **ADOPRON** y de los miembros de **ADOPRON**, en particular en las iniciativas de mercadeo y promoción de sus productos, particularmente en los medios de comunicación, incluyendo medios impresos, vallas y letreros, medios electrónicos, promociones y eventos promocionales, empaques y patrocinios.

El presente Código será de aplicación en el territorio de la República Dominicana.

### 1. PRINCIPIOS

Este Código de Autorregulación estará enmarcado en los siguientes principios deontológicos:

- a) Principio de Legalidad: toda iniciativa de mercadeo y promoción estará ajustada a la legislación vigente en la República Dominicana.
- b) Principio de veracidad: la publicidad abarcada por este Código será veraz.
- c) Principio del Consumo Responsable: la publicidad abarcada por este Código no podrá fomentar el abuso en el consumo. Adicionalmente, y de forma voluntaria, **ADOPRON** y las empresas miembros de **ADOPRON** podrán incluir en su publicidad mensajes enfocados en la moderación o el consumo responsable de bebidas alcohólicas.

### 2. REFERENCIAS AL CONSUMO Y CONSUMO RESPONSABLE

2.1. Los miembros de **ADOPRON** comercializarán y promoverán sus productos de manera coherente con el consumo responsable.

2.2. En la publicidad, mercadeo y promoción de sus productos, las empresas:

- a) No presentarán situaciones donde sus productos se consuman en exceso o de manera irresponsable;
- b) No presentarán la abstinencia o la moderación de manera negativa, debiendo respetar en todo momento la decisión de una persona de no tomar;
- c) Sus materiales de mercadeo no mostrarán mujeres embarazadas consumiendo dichos productos ni irán dirigidos a mujeres embarazadas;
- d) No presentarán situaciones de éxito sexual o sugerir que el consumo puede contribuir al éxito laboral, incrementar el atractivo sexual, a superar la timidez o a aumentar el rendimiento físico o mental;
- e) No sugerirán ninguna vinculación con comportamientos violentos o excesivos ni asociarán sus productos con comportamientos anti-sociales;

f) No podrá mostrar imágenes de la mujer con carácter discriminatorio o vejatorio, ni imágenes femeninas estereotipadas que puedan generar violencia.

### 3. EDAD LEGAL PARA CONSUMIR NUESTROS PRODUCTOS

3.1. El mercadeo institucional de **ADOPRON** y de las empresas miembros de **ADOPRON**, así como de sus productos, estará dirigido a mayores de edad.

3.2. En la publicidad, mercadeo y promoción de sus productos:

a) No emplearán símbolos, imágenes, objetos, personajes de caricatura, celebridades, música ni lenguaje destinado a atraer niños o adolescentes;

b) Todos los modelos que aparezcan bebiendo y/o promoviendo sus productos en cualquier material de publicidad, mercadeo y/o promoción deberán tener por lo menos 25 años y deberán aparentar razonablemente ser mayores de dicha edad;

c) No auspiciarán ni dirigirán sus actividades de mercadeo a eventos donde se estime que la mayoría del público será menor de edad;

d) No se podrá insertar publicidad en televisión, radio o cine durante, inmediatamente antes o inmediatamente después de programas dirigidos a menores de edad. Tampoco se podrá insertar publicidad en publicaciones dirigidas a menores.

3.3 **ADOPRON** y las empresas miembros de **ADOPRON** continuarán apoyando iniciativas privadas y públicas que resalten las disposiciones legales que prohíben la compra y consumo de bebidas por parte de menores de edad.

### 4. CONDUCCION DE VEHICULOS Y CONSUMO DE ALCOHOL

4.1 Los miembros de **ADOPRON** apoyan la implementación de políticas públicas orientadas a prohibir la conducción de vehículos bajo los efectos del alcohol.

4.2 La publicidad abarcada por este Código no podrá sugerir que se puede consumir un mínimo de alcohol sin peligro para la conducción y la seguridad vial. Tampoco podrán mostrarse situaciones que asocien el consumo de alcohol con la conducción de vehículos ni permitirá la aparición en sus mensajes de vehículos o elementos vinculados con la conducción, con excepción de cualquier campaña sobre consumo responsable que sea apoyada por **ADOPRON** o por las empresas miembros de **ADOPRON**.

4.3 No podrá insertarse publicidad en publicaciones especializadas en vehículos de motor.

### 5. INFORMACION EN EL ETIQUETADO

5.1 Toda la información que figure en el etiquetado de los productos de las empresas miembros de **ADOPRON** deberá figurar en idioma español, en caracteres claros, visibles y fáciles de leer por el consumidor.

5.2 Contenido de Alcohol. Los materiales de mercadeo o actividades promocionales no deberán crear confusión sobre la graduación alcohólica de nuestros productos.

5.3 Advertencias Sanitarias. El etiquetado deberá contener la advertencia sanitaria establecida legalmente en la República Dominicana. La Ley General de Salud dispone que “en el envase de cervezas y bebidas alcohólicas destinadas al consumo nacional deberá figurar la siguiente leyenda: **"El consumo de alcohol perjudica la salud"**, escrita con letra fácilmente legible y en colores contrastantes. Esta disposición es extensiva a toda publicidad realizada a través de medios de comunicación de cualquier naturaleza”.

## 6. PUBLICIDAD EXTERIOR

6.1 Procurarán que la publicidad de sus productos en todos los medios de comunicación (medios impresos, vallas, letreros y medios electrónicos) sea realizada bajo estricto cumplimiento de la normativa vigente.

6.2 La advertencia sanitaria debe figurar en las etiquetas y envases de nuestros productos, así como en toda publicidad realizada a través de los medios de comunicación, de cualquier naturaleza.

## 7. CONTROL DEL CUMPLIMIENTO DEL CODIGO

7.1 **ADOPRON** y las empresas miembros de **ADOPRON** se comprometen y obligan a respetar en su publicidad los principios recogidos en el presente Código de Autorregulación Publicitaria.

7.2 El control del cumplimiento de este Código de Autorregulación corresponde a la Junta Directiva de **ADOPRON** observando las disposiciones aplicables establecidas en los Estatutos de la Asociación. En ese sentido, cualquier reclamación contra la publicidad de una empresa miembro de **ADOPRON** deberá ser tramitada por ante la Junta Directiva, a través de la Dirección Ejecutiva de la Asociación.

7.3 Toda reclamación deberá ser conocida por la Junta Directiva y ser objeto de una resolución formal que (i) desestime la reclamación o (ii) presente recomendaciones respecto a la publicidad objeto de reclamación. Las recomendaciones de la Junta Directiva serán de cumplimiento obligatorio por parte del miembro de **ADOPRON** que incumpla las disposiciones de este Código de Autorregulación.

## 8. ENTRADA EN VIGENCIA

El presente Código de Autorregulación entrará en vigencia a partir de su aprobación por parte de una Asamblea General de la Asociación Dominicana de Productores de Ron (ADOPRON) convocada para tales fines.