

CONVENIO EN MATERIA DE CONTROL SANITARIO DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, Y EDUCACIÓN PARA LA SALUD QUE CELEBRAN: LA SECRETARIA DE SALUD, A TRAVÉS DE LA COMISION FEDERAL PARA LA PROTECCION CONTRA RIESGOS SANITARIOS, EN LO SUCESIVO "LA COFEPRIS", REPRESENTADA POR EL LIC. ERNESTO ENRIQUEZ RUBIO, EN SU CARÁCTER DE COMISIONADO FEDERAL; EL CONSEJO NACIONAL CONTRA LAS ADICCIONES, EN LO SUCESIVO, "EL CONADIC", REPRESENTADO POR EL DR. GUIDO BELSASSO PRISTER, EN SU CARÁCTER DE COMISIONADO NACIONAL; BACARDÍ Y CÍA., S.A. DE C.V., REPRESENTADA POR EL LIC. MANUEL RUBIRALTA DÍAZ, EN SU CARÁCTER DE PRESIDENTE EJECUTIVO; CASA CUERVO, S.A. DE C.V., REPRESENTADA POR EL LIC. JUAN DOMINGO BECKMANN LEGORRETA, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR EJECUTIVO; DIAGEO MÉXICO, S.A. DE C.V., REPRESENTADA POR EL SR. EDGAR VALDERRAMA GARCÍA, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR GENERAL; INDUSTRIAS VINÍCOLAS PEDRO DOMEQ, S.A. DE C.V., REPRESENTADA POR EL LIC. ANTONIO ARIZA ALDUNCIN, EN SU CARÁCTER DE PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL; LA MADRILEÑA, S.A. DE C.V., REPRESENTADA POR EL LIC. LUIS VELASCO FERNÁNDEZ, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR GENERAL; MAXXIUM DE MEXICO, S.A. DE C.V., REPRESENTADA POR EL LIC. RAÚL FLORES CHÁVEZ, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN; MOET HENNESSY DE MÉXICO, S.A. DE C.V., REPRESENTADA POR EL SR. DAVIDE MARCOVITCH, EN SU CARÁCTER DE PRESIDENTE; PERNOD RICARD MÉXICO, S.A. DE C.V., REPRESENTADA POR EL SR. CHRISTIAN BARRÉ, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR GENERAL; TEQUILA CAZADORES DE ARANDAS, S. DE R.L. DE C.V., REPRESENTADA POR EL LIC. MANUEL RUBIRALTA DÍAZ, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR GENERAL; TEQUILA HERRADURA, S.A. DE C.V., REPRESENTADA POR EL LIC. RAÚL RÁBAGO ALCALÁ, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR GENERAL; LA COMISIÓN PARA LA INDUSTRIA DE VINOS Y LICORES, A.C., EN LO SUCESIVO "CIVYL" REPRESENTADA POR EL LIC. MANUEL RUBIRALTA DÍAZ, EN SU CARÁCTER DE PRESIDENTE, Y LA FUNDACION DE INVESTIGACIONES SOCIALES, A.C., EN LO SUCESIVO "FISAC", REPRESENTADA POR EL LIC. ANTONIO ARIZA ALDUNCIN, EN SU CARÁCTER DE PRESIDENTE DEL PATRONATO; CON LA PARTICIPACIÓN COMO TESTIGO DE HONOR DEL SECRETARIO DE SALUD, DR. JULIO FRENK MORA, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS :

DECLARACIONES

I. Declara LA COFEPRIS por conducto de su representante:

I.1. Que la Secretaría de Salud es una dependencia de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo, de conformidad con los artículos 2, 11, 12 y 26 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, cuyas atribuciones para la protección de la salud de la población están establecidas en el Artículo 39 de la misma Ley, así como en los artículos: 1º., 2º y 3º., de la Ley General de Salud.

I.2. Que de conformidad a lo dispuesto por el artículo 187 de la Ley General de Salud, es competencia de LA COFEPRIS coordinar las acciones que se desarrollen contra el alcoholismo y el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas.

I.3. Que LA COFEPRIS, con la participación de los sectores público, privado y social, tiene a su cargo promover y apoyar la elaboración y difusión de campañas publicitarias orientadas a la moderación en el consumo de bebidas alcohólicas y que adviertan sobre los posibles daños a la salud que puede generar el abuso en el consumo de este producto, de conformidad con el artículo 30 del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

I.4. Que la prevención del abuso en el consumo de bebidas alcohólicas es una actividad prioritaria dentro de los programas de salud, por lo que, entre otros, desarrolla acciones permanentes para disuadir y evitar su consumo, principalmente entre niños y adolescentes.

I.5. Que de conformidad con lo dispuesto en el Capítulo VI de la Ley de Planeación así como en el artículo 100 del Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad, LA COFEPRIS está facultada para celebrar convenios con los anunciantes que hayan suscrito códigos de ética para la elaboración, producción y difusión de material publicitario, en cumplimiento de lo previsto por el Programa Nacional de Salud, 2001-2006.

I.6. Que de conformidad con lo establecido en el Artículo 7, fracción XVI, del Decreto por el que se crea la Comisión Federal para la Protección de Riesgos Sanitarios, su representante cuenta con facultades suficientes para suscribir el presente instrumento.

I.7. Que para efectos de este convenio señala como su domicilio el ubicado en Monterrey No. 33, Colonia Roma, Delegación Cuauhtémoc, Código Postal 06700, en la Ciudad de México, Distrito Federal.

Declara EL CONADIC por conducto de su representante:

II.1. Que la Secretaría de Salud es una dependencia de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo, de conformidad con los artículos 2, 11, 12 y 26 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, cuyas atribuciones para la protección de la salud de la población están establecidas en el Artículo 39 de la misma Ley, así como en los artículos: 1º., 2º y 3º., de la Ley General de Salud.

II.2. Que de conformidad a lo dispuesto por el Artículo 184-Bis., de la Ley General de Salud, EL CONADIC, tiene como objeto promover y apoyar las acciones de los sectores público, social y privado tendientes a la prevención y combate de los problemas de salud pública causados por las adicciones que regula el Título Undécimo.

II.3. Que corresponde al Comisionado Nacional formular y proponer la política nacional en materia de atención a los problemas de adicciones, mediante la formulación de estrategias y programas específicos, así como, el recomendar políticas con criterios de salud pública para el control de la oferta de bebidas alcohólicas, incluyendo los aspectos de control de la publicidad. Lo anterior, acorde a lo que establecen las fracciones I y VII del Artículo 9º., del Reglamento Interno de la Secretaría de Salud.

II.4. Que para efectos de este convenio señala como su domicilio el ubicado en Reforma 450, Piso 10º., Colonia Juárez, Delegación Cuauhtémoc, Código Postal 06600, en la Ciudad de México, Distrito Federal.

Declara CIVYL por conducto de su representante:

III.1. Que es una Asociación Civil legalmente constituida, según consta en el Contrato de Asociación inscrito en el libro cincuenta y cinco, Instrumento número 2431, de fecha 12 de julio de 2000, otorgado ante la fe del titular de la Notaría número doscientos veintisiete del Distrito Federal, Lic. Carlos Antonio Morales Montes de Oca.

III.2. Que de conformidad con el Contrato de Asociación arriba mencionado, la Asociación Civil tiene entre otras finalidades la de "Funcionar como organismo coordinador de

la ejecución de proyectos de interés general de la industria de bebidas alcohólicas".

III.3. Que de conformidad con el mismo Contrato de Asociación, la Asociación Civil tiene facultades para reunir, coordinar y representar a productores, fabricantes, envasadores, importadores y exportadores de bebidas alcohólicas ante autoridades federales, estatales, municipales, administrativas, judiciales, del trabajo o de cualquier otra índole.

III.4. Que de conformidad con el mismo Contrato de Asociación, la Asociación Civil está facultada para celebrar todo tipo de acuerdos y convenios que apoyen o ayuden a los intereses comunes de los asociados y que en los términos y para los efectos del presente instrumento, la Asociación Civil tiene facultades para representar como sus asociados a: Bacardí y Cía, S.A. de C.V.; Casa Cuervo, S.A. de C.V.; Diageo México, S.A. de C.V.; Industrias Vinícolas Pedro Domecq, S.A. de C.V.; La Madrileña, S.A. de C.V.; Moet Hennessy de México, S.A. de C.V.; Pernod Ricard México, S.A. de C.V.; Tequila Cazadores de Arandas, S., de R.L., de C.V.; y Tequila Herradura, S.A. de C.V., sin perjuicio de otros de sus asociados actuales y aquellos que en un futuro confieran los poderes necesarios a la Asociación Civil para suscribir acuerdos y convenios.

III.5. Que su representante acredita contar con facultades suficientes para representar a la Asociación en términos del Contrato de Asociación según consta en el libro cincuenta y cinco, Instrumento número 2431, de fecha 12 de julio de 2000, otorgado ante la fe del titular de la Notaría número doscientos veintisiete del Distrito Federal, Lic. Carlos Antonio Morales Montes de Oca, inscrito en el Registro Público de Personas Morales con el folio 52876 de fecha 10 de enero de 2001.

III.6. Que para efectos del presente convenio señala como domicilio el ubicado en Heriberto Frías No. 1439, 3er. Piso, Colonia Del Valle, C.P. 03100, México, D.F.

IV. Declara FISAC por conducto de su representante:

IV.1. Que es una Asociación Civil legalmente constituida según consta en la Escritura Pública número 29941, de fecha 11 de noviembre de 1981, otorgada ante la fe del Notario Público número 45 del Distrito Federal, Lic. Rafael Oliveros Lara.

IV.2. Que de conformidad con el Acta Constitutiva arriba mencionada, la Asociación Civil tiene por objeto, entre otros, "Promover la responsabilidad en el consumo de bebidas con contenido alcohólico a través de la vigilancia del correcto manejo publicitario dentro del marco jurídico mexicano...", así como "Vigilar que la publicidad y promoción de las bebidas con contenido alcohólico, permanezcan dentro de los lineamientos trazados por las leyes y ordenamientos correspondientes".

IV.3. Que de conformidad con la misma Acta Constitutiva, se prevé que la Asociación cuente entre sus miembros a personas morales cuyo objeto sea afín al de la Asociación"; y que en este sentido, diversas empresas productoras y comercializadoras de bebidas alcohólicas, así como entidades, cámaras, asociaciones y consejos, se han manifestado a favor del Objeto de la Asociación, arriba enunciado.

IV.4. Que para efectos prácticos de este Convenio, la Asociación -con fundamento en el Acta Constitutiva de la misma- reconoce y representa en su calidad de Miembros Honorarios a aquellas empresas y personas que se adhieran y ratifiquen este instrumento;

sin perjuicio de su propio derecho a aceptar o rechazar la adhesión -presente o futura- de otros Miembros afines a la Asociación.

IV.5. Que su representante acredita contar con facultades suficientes para representar a la asociación en términos de la Escritura Pública número 22990, de fecha 21 de noviembre de 1996, otorgada ante la fe del Notario Público número 161 del Distrito Federal, Lic. Roberto Teutli Otero. Inscrito en el Registro Público de la Propiedad de Personas Morales en el folio Núm. 4126 de fecha 16 de enero de 1997.

IV.6. Que para efectos del presente convenio señala como domicilio el ubicado en Francisco

Sosa # 230, Coyoacán, México, D.F., C.P. 04000

Expuesto lo anterior, las partes expresan su consentimiento para celebrar el presente convenio, y sujetan sus compromisos en la forma y términos que se establecen en las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA. OBJETO.

Con fundamento en los Títulos Décimo Segundo y Décimo Tercero de la Ley General de Salud y en los términos que señalan los artículos 80, 99 y 100 del Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad, el presente Convenio tiene por objeto:

Prevenir riesgos sanitarios y preservar la salud pública de los daños para el individuo y la sociedad que se pudieran derivar del consumo indebido y/o del abuso en el consumo de bebidas alcohólicas, para lo cual las partes acuerdan llevar a cabo las siguientes acciones:

La calificación y certificación, por parte de LA COFEPRIS, del “CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO”, suscrito por empresas productoras y comercializadoras de bebidas alcohólicas -instrumento que en original se acompaña al presente Convenio- formando parte integral del mismo como ANEXO UNICO.

Reconocer por parte de EL CONADIC que de conformidad con sus declaraciones en el presente Convenio, este mismo instrumento puede coadyuvar a prevenir y combatir los problemas de salud pública causados por las adicciones.

Reconocer por parte de LA COFEPRIS, EL CONADIC y CIVYL a FISAC, como coadyuvante para la observancia del “CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO”.

Reconocer por parte de LA COFEPRIS, EL CONADIC, las empresas productoras y comercializadoras que han suscrito el “CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO” y FISAC, a CIVYL como legítima representante de dichas empresas para efectos de este mismo instrumento.

V. El otorgamiento por parte de LA COFEPRIS de las facilidades que adelante se detallan en materia de control sanitario de la publicidad, a quienes hayan suscrito a la fecha de este acto o en el futuro, el “CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO”, siempre y cuando los beneficiarios de dichas facilidades se apeguen estrictamente a los enunciados del Código señalado.

SEGUNDA. CALIFICACION.

En este acto, LA COFEPRIS califica y certifica que el "CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO" amplía los requisitos establecidos en el artículo 306 de la Ley General de Salud y, por tanto, las empresas y personas signatarias del Código señalado gozarán, en su carácter de anunciantes, de las facilidades que les otorga la propia COFEPRIS.

TERCERA. ACUERDOS CONJUNTOS DE LAS EMPRESAS Y CIVYL.

Para gozar de las facilidades que otorga el presente Convenio, tanto las empresas productoras y comercializadoras que han suscrito el "CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO", así como CIVYL en su calidad de representante de las mismas para los efectos de este instrumento, convienen:

Unir esfuerzos para desincentivar el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas, a través de la promoción de la responsabilidad ante el consumo de dichos productos.

Actuar para que las campañas de publicidad, estrategias y prácticas de comercialización en la promoción y venta de bebidas alcohólicas se sujeten al "CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO" y a todo lo contenido en este instrumento.

Coadyuvar con la Secretaría de Salud -ya sea directa e individualmente como empresas o como Industria conjunta a través de FISAC- en la educación de la población y en la promoción de prácticas de vida saludables, mediante acciones concretas, tales como campañas de información y apoyo directo en comunidades o escuelas, promoviendo, entre otras el "Programa TIPPS" (Talleres Interactivos para la Promoción de Prácticas de Salud), desarrollado por FISAC y avalado por la Secretaría de Salud, la Secretaría de Educación Pública y el Consejo Nacional contra las Adicciones.

Difundir información en que se promueva el retraso en el inicio del consumo de bebidas alcohólicas hasta alcanzar la edad legal mínima para consumir dichos productos.

Difundir información para desalentar el consumo de bebidas alcohólicas por parte de mujeres embarazadas.

Informar sobre los riesgos que puede implicar el consumo indebido y/o el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas, ante la conducción de vehículos y/o la operación de maquinaria.

Asegurar que las etiquetas, envases y empaques de toda bebida alcohólica, producida por las empresas firmantes del presente Convenio, cumplan con las disposiciones legales vigentes.

Incluir en el "material punto de venta", a través del cual se promocionen los productos de las empresas que suscriben el presente Código, una referencia a los Sitios de Internet: www.conadic.gob.mx y/o www.alcoholinformate.org.mx.

Abstenerse de contratar publicidad exterior para bebidas alcohólicas en espectaculares (12.90mm x 3.60mm, como los define el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad) que sean visibles desde el punto de acceso o salida de planteles de educación preescolar, primaria, secundaria y/o media superior.

No recurrir a caricaturas o personajes previamente diseñados para la imaginería infantil, para ningún caso de publicidad o promoción.

No recurrir al uso de artículos promocionales que estén expresamente diseñados para niños.

Abstenerse de contratar publicidad y/o realizar actividades de promoción de bebidas alcohólicas dentro de lugares visitados mayoritariamente por niños.

Invitar a los distribuidores, detallistas y personal de establecimientos autorizados para el consumo de bebidas alcohólicas, para que se sumen al "CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO", así como a los Acuerdos Conjuntos de esta Cláusula; principalmente por lo que toca a que dichos productos sean vendidos única y exclusivamente a personas que tengan la edad legal mínima para consumirlos.

Apoyar -ya sea directa e individualmente como empresas o como Industria conjunta a través de FISAC- la capacitación de los promotores y vendedores de bebidas alcohólicas para que promuevan principios de responsabilidad ante el consumo de dichos productos, tales como:

Fomentar el consumo de alimentos y bebidas sin alcohol, antes de consumir bebidas alcohólicas y/o de manera alternada con el consumo de las mismas.

Informar sobre los riesgos de consumir bebidas alcohólicas ante la conducción de vehículos y/o la operación de maquinaria.

Procurar que los promotores y vendedores de bebidas alcohólicas sean mayores de 21 años de edad, sin detrimento de los derechos laborales de terceros para contratarse a partir de los 18 años de edad.

Promover que se instalen, en los diferentes puntos de venta, leyendas y avisos sobre la "prohibición de venta de bebidas alcohólicas a quienes no tengan la edad legal mínima para consumirlas".

Aplicar -ya sea directa e individualmente como empresas o como Industria conjunta a través de FISAC- recursos para la "Promoción de la Salud" y "Fomento a la Educación", principalmente sobre temas relacionados con la moderación y la responsabilidad ante el consumo de bebidas alcohólicas. En caso de optar por la aplicación de recursos a través de FISAC, dicha aplicación será con base en el presupuesto previamente acordado entre las empresas signatarias del "CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO" y FISAC.

CUARTA. ACUERDOS POR PARTE DE "LA COFEPRIS".

AUTORIZACIONES PARA PUBLICIDAD:

Por este instrumento, LA COFEPRIS, sin detrimento de las facultades y atribuciones que le

confieren la Ley General de Salud y los reglamentos que de ella emanan, acuerda fortalecer el concepto de autorregulación publicitaria en el proceso de autorización de las empresas que suscriben o suscriban en el futuro el presente instrumento y hagan suyo el "CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO" que forma parte del mismo en los siguientes términos:

Por este instrumento, LA COFEPRIS, acuerda y conviene:

DE LA AUTORIZACIÓN:

A) Autorizar sin revisión previa las campañas o anuncios publicitarios que, en el marco de este Convenio y previo pago de derechos, se presenten oficialmente.

Abrir espacios para preverificación con carácter de dictamen cuando así lo prefiera el anunciante y autorizar, previo pago de derechos, con base en el citado dictamen. Someter al Comité de Análisis Publicitario a que se refiere la Cláusula Quinta., los casos en que el anunciante no esté de acuerdo con el dictamen de preverificación y éste así lo solicite.

Revisar la propuesta del Comité de Análisis Publicitario - descrito en la Cláusula Quinta del presente instrumento- y con fundamento en las atribuciones que confiere la Ley General de Salud y sus Reglamentos, emitir un nuevo dictamen.

II. DE LAS SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO:

Si la COFEPRIS, previa opinión del Comité de Análisis Publicitario considera que debe darse la suspensión de un mensaje publicitario, la autoridad impondrá la multa correspondiente con apego a la Ley. En caso de no acatar dicha medida la parte infractora quedará fuera del presente instrumento por el período de un año, al término del cual se podrá valorar su reincorporación al presente Convenio.

Si la COFEPRIS, previa opinión del Comité de Análisis Publicitario, considera que debe darse la suspensión definitiva de un mensaje publicitario, la autoridad impondrá la multa correspondiente con apego a la Ley. En caso de que la parte infractora cumpla con lo resuelto permanecerá en el Convenio. De repetirse este supuesto en el lapso de un año, la parte infractora quedará fuera del presente instrumento por el período de un año, al término del cual se podrá valorar su reincorporación a lo establecido en este Convenio.

QUINTA. COMITÉ DE ANÁLISIS PUBLICITARIO.

A reserva de quedar instalado formalmente el "Comité de Análisis Publicitario" en cuanto a sus facultades y reglas de operación, con la anuencia de los signatarios del presente instrumento, dicho Comité será un órgano de consulta y recomendación que estará integrado por:

DOS representantes de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

UN representante del Consejo Nacional Contra las Adicciones.

UN representante de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

UN representante del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición.

UN representante del Instituto Nacional de Psiquiatría.

UN representante de CIVYL

UN representante de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

UN representante del Consejo de la Comunicación, A.C.

UN representante del Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria.

DOS representantes de FISAC.

SEXTA. ACCIONES EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS SANITARIOS Y PRESERVACIÓN DE LA SALUD PÚBLICA.

Con el fin de prevenir riesgos sanitarios y preservar la salud pública, por este instrumento LA COFEPRIS acuerda llevar a cabo todas las acciones necesarias ante las autoridades y dependencias de los gobiernos: Federal, estatales y municipales para coadyuvar a:

Combatir la producción y comercialización de bebidas de riesgo, bebidas adulteradas y bebidas de dudosa procedencia

Combatir el contrabando de bebidas alcohólicas.

Combatir la distribución y venta clandestina de bebidas alcohólicas.

Combatir la comercialización de alcohol no desnaturalizado en farmacias y otros establecimientos.

Fijar normas sanitarias equitativas en materia de exportaciones e importaciones de bebidas alcohólicas.

Incentivar los mecanismos de coordinación intersectorial necesarios, para alcanzar esquemas que coadyuven a abatir tanto la proliferación de bebidas de riesgo, como el contrabando y el mercado clandestino de bebidas alcohólicas.

Promover acciones de coordinación con las autoridades educativas en materia de Educación para la Salud, en cuanto al conocimiento objetivo sobre las bebidas alcohólicas y particularmente sobre la moderación y responsabilidad ante el consumo y los riesgos derivados del abuso; tanto a través de los libros de texto, la capacitación del personal docente y los diversos medios didácticos.

VIII. Para difundir las "campañas sociales", poner a disposición de las partes que lo ameriten, parte del Tiempo Oficial y de los espacios de difusión que corresponden a la SECRETARÍA DE SALUD y que en su momento autorice el C. Secretario de Salud, con el fin de que las empresas productoras y comercializadoras promuevan a través de dichos tiempos y espacios las campañas previstas en el "CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO"; en

proporción equivalente a los tiempos y espacios que dichas empresas logren obtener para el mismo fin, de parte de los concesionarios de los medios de comunicación y propietarios o arrendadores de espacios para publicidad.

SEPTIMA. ACUERDOS POR PARTE DE FISAC.

CAMPAÑAS SOCIALES.

- I. Por este instrumento FISAC se compromete a elaborar, por lo menos una vez al año, la o las Campañas Sociales para la “PROMOCIÓN DE LA SALUD” y el “FOMENTO DE LA EDUCACIÓN” en torno a las bebidas alcohólicas, con base en un Plan de Trabajo y el presupuesto respectivo, previamente acordados entre las empresas signatarias del “CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO” y FISAC.
- II. FISAC presentará ante LA COFEPRIS y las empresas signatarias del “CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO”, un informe anual por escrito que detalle sobre la consecución o en su caso impedimento para realizar las campañas correspondientes
- III. El informe a que hace referencia el inciso II anterior, se presentará dentro de los doce meses siguientes a la firma del Plan de Trabajo y Presupuesto acordados entre las empresas signatarias del “CÓDIGO PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO” y FISAC.

OCTAVA. VIGENCIA.

El presente Convenio entrará en vigor el día de su firma y tendrá una vigencia de dos años. No obstante lo anterior, las partes podrán darlo por terminado mediante aviso por escrito que se formule con sesenta días de anticipación a la fecha prevista para su extinción.

Así mismo, concluida la vigencia del Convenio, ésta podrá ser renovada por el tiempo que las partes establezcan de común acuerdo; situación que deberá constar por escrito.

NOVENA. INTERPRETACION Y CUMPLIMIENTO.

Cualquier controversia derivada de la interpretación, ejecución o incumplimiento del presente Convenio se resolverán de común acuerdo entre las partes.

Leído que fue el presente instrumento y enteradas las partes de su contenido y consecuencias legales, se firma en un ejemplar, en la Ciudad de México, Distrito Federal a los veinticuatro días del mes de abril de 2003.

TRANSITORIOS.

PRIMERO. Una vez que el presente instrumento entre en vigor, quedará sin efectos el Convenio de Concertación de Acciones que, para evitar el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas, celebraron la Secretaría de Salud y la Fundación de Investigaciones Sociales, A.C., el 20 de junio del año 2000.

POR LA COMISIÓN FEDERAL PARA
LA PROTECCIÓN CONTRA RIESGOS
SANITARIOS
EL COMISIONADO FEDERAL

LIC. ERNESTO ENRÍQUEZ RUBIO

POR LA COMISIÓN PARA LA
INDUSTRIA DE VINOS Y LICORES,
A.C.
EL PRESIDENTE

LIC. MANUEL RUBIRALTA DÍAZ

POR EL CONSEJO NACIONAL CONTRA
LAS ADICCIONES
EL COMISIONADO NACIONAL

DR. GUIDO BELSASSO PRISTER

POR LA FUNDACIÓN DE
INVESTIGACIONES SOCIALES, A.C.
EL PRESIDENTE DEL PATRONATO

LIC. ANTONIO ARIZA ALDUNCIN

TESTIGO DE HONOR

DR. JULIO FRENK MORA
SECRETARIO DE SALUD