

**REGLAMENTO DE APLICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA PUBLICITARIA DEL CONSEJO DE
AUTORREGULACIÓN Y ÉTICA PUBLICITARIA, CONAR, A.C.**

ÍNDICE

LIBRO PRIMERO. Disposiciones Generales

LIBRO SEGUNDO. De la Estructura Operativa de CONAR

LIBRO TERCERO. De los Órganos Revisores de CONAR

Título I. De la Comisión de Análisis Publicitario

CAPÍTULO PRIMERO. Definición e integración de la Comisión de Análisis Publicitario

CAPÍTULO SEGUNDO. Del funcionamiento de la Comisión de Análisis Publicitario

CAPÍTULO TERCERO. Del desarrollo de las sesiones de la Comisión de Análisis Publicitario

Título II. Del Consejo Revisor de Resoluciones

CAPÍTULO PRIMERO. Definición e integración del Consejo Revisor de Resoluciones

CAPÍTULO SEGUNDO. Del funcionamiento del Consejo Revisor de Resoluciones

CAPÍTULO TERCERO. Del desarrollo de las sesiones del Consejo Revisor de Resoluciones

LIBRO CUARTO. De los Procedimientos

Título I. Procedimiento de Consulta Previa

Título II. Procedimiento de Inconformidad Publicitaria

CAPÍTULO PRIMERO. Disposiciones Generales del Procedimiento de Inconformidad Publicitaria

CAPÍTULO SEGUNDO. Substanciación del Procedimiento de Inconformidad Publicitaria

CAPÍTULO TERCERO. Audiencias ante la Comisión de Análisis Publicitario

CAPÍTULO CUARTO. Suplencia de Deficiencias en la Inconformidad Publicitaria

CAPÍTULO QUINTO. Juntas de Avenencia

Título III. Procedimiento del Recurso de Revisión

CAPÍTULO PRIMERO. Disposiciones Generales

CAPÍTULO SEGUNDO. Substanciación del Recurso de Revisión

CAPÍTULO TERCERO. Audiencias ante el Consejo Revisor de Resoluciones

TÍTULO IV. PROCEDIMIENTO DE DESACATO A LAS RESOLUCIONES

LIBRO QUINTO. Medidas Cautelares

LIBRO SEXTO. De los Precedentes

LIBRO SÉPTIMO. De las Resoluciones

LIBRO OCTAVO. De las Sanciones

LIBRO NOVENO. De las Recusaciones y el Deber de Excusarse

ARTÍCULO TRANSITORIO. ÚNICO

ANEXO I

REGLAMENTO DE APLICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA PUBLICITARIA DEL CONSEJO DE AUTORREGULACIÓN Y ÉTICA PUBLICITARIA CONAR, A.C.

LIBRO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1.- Este Reglamento norma la aplicación del Código de Ética Publicitaria de CONAR, así como de los Códigos Sectoriales de Autorregulación Publicitaria administrados por la Asociación en los Estados Unidos Mexicanos. El Reglamento es de observancia obligatoria para sus Asociados y para los No Asociados que se sometan a los procedimientos aquí descritos.

ARTÍCULO 2.- Para efectos de la interpretación y aplicación de este Reglamento, se define el significado de los siguientes términos:

- a) Audiencia: Presentación oral de los argumentos de inconformidad y/o respuesta que realizan las Partes ante los Órganos Revisores de CONAR.
- b) Arancel: La retribución económica que debe realizarse por la tramitación de Inconformidades Publicitarias, Recursos de Revisión, Consultas Previas u otros servicios que el Asociado o No Asociado soliciten a CONAR.
- c) Asesores Independientes: Profesionales en su materia que pueden fungir como Expertos Externos o miembros de los órganos de CONAR.
- d) Bitácora de caso: Relatoría de los sucesos acontecidos a lo largo de un Procedimiento, incluyendo toda aquella información que no esté contemplada en las minutas de sesión de los Órganos Revisores.
- e) Caso o Inconformidad Publicitaria: Procedimiento que tiene por objeto resolver controversias publicitarias iniciadas por supuestas violaciones al Código de Ética Publicitaria o a los Códigos Sectoriales.
- f) CONAR: La Asociación Civil denominada “Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR, A.C.”
- g) Estatutos: Los Estatutos Sociales de CONAR.
- h) Ex Oficio o de Oficio: Procedimientos iniciados a partir de la aplicación del Código de Ética Publicitaria de CONAR, los Códigos Sectoriales cuya administración, aplicación y sanción esté encomendada a CONAR o a solicitud de algún miembro del Consejo Directivo o de los Órganos Revisores de CONAR
- i) Código de Ética Publicitaria: El conjunto de principios éticos aplicables en materia de publicidad, aprobados por la Asamblea General de Asociados a CONAR conforme a sus propios Estatutos.
- j) Códigos Sectoriales: Códigos de Autorregulación Publicitaria aplicables a sectores específicos cuya administración, aplicación y sanción esté o no encomendada a CONAR.
- k) Consulta Previa: Procedimiento de análisis publicitario, no vinculante, realizado a petición de Parte a fin de determinar posibles transgresiones a la regulación y autorregulación vigentes.
- l) Expertos Externos: Especialistas a los que CONAR puede acudir para solicitar opiniones en materias específicas.
- m) Inconforme: La Parte que solicita el inicio del trámite de Inconformidad Publicitaria.
- n) Información Confidencial: La información que los Asociados o No Asociados entreguen a CONAR indicando, expresamente, que tiene ese carácter, así como toda aquella contenida en los Convenios de Confidencialidad del Organismo.
- o) Monitoreo: Proceso de revisión y análisis publicitario orientado a la obtención de resultados de orden cuantitativo y cualitativo, que CONAR realiza para verificar que la publicidad que se divulga o transmite esté apegada al Código de Ética Publicitaria y a los Códigos Sectoriales cuya administración, aplicación y sanción esté encomendada a CONAR .
- p) Órganos Revisores: La Comisión de Análisis Publicitario, el Consejo Revisor de Resoluciones y, en caso de posible desacato, la Comisión Jurídica.
- q) Partes: Los Asociados o No Asociados a CONAR que intervengan en un procedimiento de Inconformidad Publicitaria o de Recurso de Revisión.
- r) Parte Recurrente: La Parte que interpone un Recurso de Revisión a la resolución emitida por la Comisión de Análisis Publicitario.
- s) Parte Contraria: La Parte que da contestación a un Recurso de Revisión interpuesto por la Parte Recurrente ante el Consejo Revisor de Resoluciones.
- t) Publicidad: Cualquier forma de comunicación comercial que comprende todo proceso de creación, planificación, ejecución y difusión o transmisión de mensajes publicitarios con el fin de promover la venta o consumo de productos y servicios.
- u) Procedimiento(s): Trámite o conjunto de trámites que CONAR instrumenta como parte del sistema de Autorregulación Publicitaria. De forma enunciativa más no limitativa se consideran Procedimientos: las Consultas Previas, los Casos o Inconformidades Publicitarias, los Recursos de Revisión y el Procedimiento de Desacato.

- v) Recurso de Revisión: Procedimiento de segunda y última instancia mediante el cual la Parte Recurrente solicita la revisión de lo resuelto en primera instancia para una Inconformidad Publicitaria.
- w) Responsable de la Publicidad: El Anunciante, Asociado o No Asociado a CONAR, que ordena y retribuye económicamente por la creación, planeación, ejecución y difusión o transmisión de una pieza publicitaria.

ARTÍCULO 3.- Los temas específicos de Códigos Sectoriales que no se encuentren previstos en este Reglamento podrán incluirse en los contratos o convenios que CONAR suscriba con los organismos representantes de un sector. Los Estatutos y el Reglamento prevalecerán sobre cualquier contrato que se suscriba con otros organismos.

ARTÍCULO 4.- Los Asociados, Consejeros, Comisionados, personal de la Estructura Operativa y prestadores de servicios de CONAR que tengan acceso a Información Confidencial, deberán guardar sobre ella la debida reserva y no difundirla sin el previo consentimiento expreso de la Parte que la proporcionó. CONAR deberá asegurarse de celebrar los acuerdos y convenios necesarios y pertinentes para proteger la Información Confidencial de las Partes.

ARTÍCULO 5.- No se considerará una violación a la confidencialidad la publicación o difusión de las resoluciones emitidas por la Comisión de Análisis Publicitario o el Consejo Revisor de Resoluciones, de conformidad con lo establecido en el Artículo 141 del presente Reglamento.

ARTÍCULO 6.- Todo Procedimiento formulado ante CONAR deberá presentarse conforme a lo establecido en el ANEXO I de este Reglamento.

ARTÍCULO 7.- Las notificaciones a las Partes en cualquier Procedimiento se dirigirán, en el caso de los Asociados, a los representantes acreditados como Titular o Suplente ante CONAR o bien a quien los propios Asociados hayan designado como su Representante Legal.

En el caso de los No Asociados, las notificaciones se dirigirán al Presidente, Director General o al Representante Legal de la empresa o institución Responsable de la Publicidad.

Las notificaciones podrán efectuarse indistintamente a través de cualquier medio que ofrezca certeza de recepción.

CONAR deberá contar con la confirmación física o electrónica del destinatario, como evidencia fehaciente de la recepción del documento.

ARTÍCULO 8.- Los plazos establecidos en este Reglamento se contarán en días y horas hábiles, y comenzarán a correr a partir del día siguiente al que se reciba la notificación respectiva. Se considerarán días inhábiles los sábados, domingos, días festivos señalados en la Ley Federal del Trabajo y aquellos decretados por las Autoridades competentes. Serán horarios hábiles de las 8.00 a las 17.00 horas.

ARTÍCULO 9.- Las solicitudes de prórroga dentro de los Procedimientos deberán presentarse por cualquier medio que ofrezca certeza de recepción, indicando las causas de fuerza mayor por las cuales debiera otorgarse una extensión en los plazos. La Dirección General someterá a consideración de la Comisión Ejecutiva la solicitud que, en su caso, deberá ser aprobada por mayoría simple de sus integrantes.

Para efectos del otorgamiento de prórroga se considerará como causas de fuerza mayor cualquier imposibilidad humana o material demostrable que a consideración de la Comisión Ejecutiva amerite una extensión de plazos.

La Secretaría de la Comisión Ejecutiva deberá enviar a sus integrantes la solicitud de prórroga el mismo día de su recepción. La solicitud podrá enviarse vía electrónica y deberá otorgar un plazo de 48 horas para que los integrantes de la Comisión Ejecutiva emitan el voto correspondiente.

La solicitud de prórroga sólo será válida cuando se presente dentro de las 24 horas siguientes a la notificación realizada por CONAR. En todo caso, la presentación de la solicitud no interrumpirá los términos establecidos.

ARTÍCULO 10.- Podrán interponer Inconformidades Publicitarias todas aquellas personas, empresas o instituciones que consideren la existencia de presuntas violaciones al Código de Ética Publicitaria y a los Códigos Sectoriales.

ARTÍCULO 11.- Los miembros del Consejo Directivo y los integrantes de los Órganos Revisores podrán iniciar, de Oficio y por conducto del Área Jurídica de CONAR, procedimientos de Inconformidad Publicitaria; para ello deberán cumplir con todas las formalidades descritas en el ANEXO I.

ARTÍCULO 12.- En los casos presentados por consumidores, aquellos derivados del monitoreo o los presentados de forma Ex Oficio, resultará improcedente invocar los principios de Competencia Justa y Publicidad Comparativa contenidos en el Código de Ética Publicitaria o los Códigos Sectoriales por carecer de interés jurídico para ello.

ARTÍCULO 13.- La Comisión de Análisis Publicitario o el Consejo Revisor de Resoluciones podrán imponer Medidas Cautelares conforme a lo dispuesto en el Libro Quinto del presente Reglamento.

ARTÍCULO 14.- Con excepción de los Procedimientos de Oficio o los iniciados por consumidores, cualquier solicitante deberá cubrir el Arancel correspondiente o entregar una carta con la fecha de promesa de pago, firmada por el Representante Legal de la empresa, dentro de un plazo no mayor a dos días posteriores a la presentación de la solicitud de trámite. El pago deberá realizarse mediante depósito en la cuenta bancaria de CONAR.

ARTÍCULO 15.- Los Aranceles estarán diferenciados de acuerdo con el tipo de Procedimiento a tramitar, el tipo de Sala que lo estudiará y la necesidad de participación de Asesores Independientes o Expertos Externos que deban ser remunerados. En todo caso se informará a las Partes el monto a cubrir, a través de cualquier medio que ofrezca certeza de recepción y de manera previa al inicio del Procedimiento.

La estructura operativa de CONAR estará facultada para detener cualquier Procedimiento o mantener en reserva las resoluciones emitidas por los órganos de la asociación, en caso de que el Arancel no hubiese sido pagado oportunamente o en la fecha de promesa de pago.

ARTÍCULO 16.- En caso de que existan honorarios por servicios profesionales prestados por Expertos Externos, así como viáticos y otros gastos extraordinarios que se deriven del Procedimiento, y que no estén contemplados en este Reglamento, serán cubiertos por la Parte que requiera el servicio.

ARTÍCULO 17.- Las Partes tendrán el derecho de recusar a los miembros de los órganos de CONAR que a su juicio tengan algún conflicto de interés para intervenir en el Procedimiento, de conformidad con las causales descritas en el Libro Noveno de este Reglamento. Para tal efecto deberán informar, por cualquier medio que ofrezca certeza de recepción, los motivos a la Dirección General de CONAR.

ARTÍCULO 18.- Los integrantes de los Órganos Revisores de CONAR tendrán la obligación de excusarse de participar en un Procedimiento por conflicto de interés de conformidad con lo establecido en el Libro Noveno de este Reglamento. Cuando algún miembro de los órganos de CONAR se excuse o abstenga de conocer de algún caso por considerar que existe conflicto de interés, deberá dejarse constancia en la minuta de esa reunión.

ARTÍCULO 19.- El área jurídica de CONAR deberá llevar una Bitácora de todos los Casos en trámite y deberá informar a los Órganos Revisores sobre su contenido.

ARTÍCULO 20.- Cualquier Procedimiento podrá darse por concluido al no existir actividad procesal después de 90 días.

LIBRO SEGUNDO **DE LA ESTRUCTURA OPERATIVA DE CONAR**

ARTÍCULO 21.- Además de las funciones conferidas por los Estatutos y el presente Reglamento a la Dirección General, corresponde a ésta la supervisión y coordinación de la Estructura Operativa para la realización de las tareas que a continuación se enlistan de manera enunciativa mas no limitativa.

- a) La organización y logística de todas las sesiones de los órganos de CONAR, así como el seguimiento puntual a los acuerdos que estos tomen.
- b) La instrumentación de acciones para la administración de los Códigos Sectoriales.
- c) La atención a los Asociados.

- d) La vinculación de CONAR con todas aquellas instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales que se relacionen con su actividad.
- e) La tramitación de Procedimientos.
- f) El monitoreo de publicidad para aportarlo como evidencia durante los Procedimientos.
- g) Las gestiones necesarias para la correcta administración de los recursos.

LIBRO TERCERO
DE LOS ÓRGANOS REVISORES DE CONAR

TÍTULO I
DE LA COMISIÓN DE ANÁLISIS PUBLICITARIO

CAPÍTULO PRIMERO
Definición e integración de la Comisión de Análisis Publicitario

ARTÍCULO 22.- La Comisión de Análisis Publicitario, estará integrada por el número de miembros que el Consejo Directivo apruebe y funcionará en Pleno o en Salas en las que se procurará un balance en la participación de Anunciantes, Agencias de Publicidad o Comunicación, Asociaciones y Medios de Comunicación representados en CONAR. Las Salas podrán ser:

- a) **Sala Ordinaria**, integrada de manera aleatoria por nueve miembros de la Comisión de Análisis Publicitario, que no tengan conflicto de interés en los Procedimientos a tratar. Se encargará de revisar las Consultas Previas, Inconformidades Publicitarias, mensajes derivados del Monitoreo y, en general, publicidad que sólo requiera la evaluación de temas comunicacionales o publicitarios.
- b) **Sala Técnica**, será conformada a petición de la (s) Parte (s) interesadas y/o por solicitud de una Sala Ordinaria de la Comisión de Análisis Publicitario. Estará integrada por nueve miembros de la Sala Ordinaria de la Comisión de Análisis Publicitario más los especialistas externos que se incorporen para el análisis de temas que requieran conocimientos especiales sobre la materia a tratar.
- c) **Sala Especializada**, será conformada únicamente a petición de la (s) Parte (s) interesadas con objeto de evaluar casos de categorías específicas que, a su vez, requieran de especialización en la materia. Una vez integrada una Sala Especializada, será convocada tantas veces como casos se presenten en esa materia. Estará integrada por los Especialistas aprobados por las Partes y por lo menos tres miembros de cualquier Sala de la Comisión de Análisis Publicitario.

ARTÍCULO 23.- De conformidad con lo establecido en los Estatutos, la Comisión de Análisis Publicitario será el órgano de primera instancia encargado de analizar, evaluar y sancionar la publicidad dentro de CONAR.

ARTÍCULO 24.- Aquellos integrantes de la Comisión de Análisis Publicitario que sean Asesores Independientes recibirán una remuneración de conformidad con lo aprobado por el Consejo Directivo a propuesta de la Comisión Ejecutiva. Los miembros de la Comisión de Análisis Publicitario que representen a Asociados en Ejercicio no recibirán retribución económica alguna.

ARTÍCULO 25.- En los casos que involucren Códigos Sectoriales, las Partes serán responsables de apoyar mediante sus Cámaras, Asociaciones o los organismos suscriptores del código, la designación de Expertos Externos. Particularmente para las sesiones de la Comisión de Análisis Publicitario en sus Salas Técnicas y Especializadas, estos organismos deberán entregar oportunamente a la Dirección General un listado de especialistas para consulta por categoría.

ARTÍCULO 26.- Una vez aprobada su integración y de conformidad con lo señalado en los Estatutos, los miembros de la Comisión de Análisis Publicitario deberán firmar el Convenio de Confidencialidad correspondiente.

ARTÍCULO 27.- La Comisión de Análisis Publicitario contará con un Presidente, un Vicepresidente por Sala y un Secretario quienes tendrán, además del perfil, funciones y obligaciones descritas en los Estatutos, las que se establezcan en este Reglamento.

ARTÍCULO 28.- El Presidente y, en sustitución de este, el Vicepresidente, tendrán voto de calidad en caso de empate. El Secretario de la Comisión de Análisis Publicitario tendrá derecho a voz pero no a voto.

El Asesor Legal de CONAR podrá ser integrante de la Comisión de Análisis Publicitario con derecho a voz y voto, y formará parte del quórum.

El personal de la Estructura Operativa de CONAR, podrá participar en las sesiones de la Comisión de Análisis Publicitario con derecho a voz pero no a voto y no formará parte del quórum.

Para el análisis de Casos relacionados con Códigos Sectoriales, deberán participar en las sesiones, con derecho a voz pero no a voto, los representantes que cubran los requisitos descritos en el Artículo Quincuagésimo Octavo de los Estatutos y que hayan sido designados por los organismos suscriptores de dichos códigos.

En las Salas Técnicas, los Expertos Externos tendrán derecho a voz pero no a voto y no formarán parte del quórum. En las Salas Especializadas, tendrán derecho a voz y voto, y formarán parte del quórum.

CAPÍTULO SEGUNDO

Del Funcionamiento de la Comisión de Análisis Publicitario

ARTÍCULO 29.- Las Salas Ordinarias de la Comisión de Análisis Publicitario sesionarán por turnos, conforme al calendario anual previamente enviado por el Secretario.

ARTÍCULO 30.- Las Salas Técnicas y las Salas Especializadas sesionarán cuando su intervención sea solicitada. Los Expertos Externos a la Comisión de Análisis Publicitario deberán ser aprobados por las Partes y la fecha de sesión estará sujeta a la disponibilidad de todos sus miembros.

ARTÍCULO 31.- El Secretario de la Comisión de Análisis Publicitario enviará a los integrantes de las Salas, la convocatoria de las sesiones con al menos dos días de anticipación. La convocatoria deberá indicar lugar, fecha y hora de reunión, detallar el Orden del Día, adjuntar el material necesario para la sesión y solicitar a quienes tengan conflicto de interés que se abstengan de participar en los Procedimientos que así lo requieran.

ARTÍCULO 32.- En casos de especial urgencia, el Secretario podrá convocar a sesiones extraordinarias de la Comisión de Análisis Publicitario ya sea en Pleno o en Salas Ordinarias.

ARTÍCULO 33.- Las Salas de la Comisión de Análisis Publicitario deberán sesionar con un quórum mínimo de cinco miembros. En las Salas Ordinarias y Técnicas al menos dos de sus integrantes deberán ser Asesores Independientes remunerados. En las Salas Especializadas al menos tres de sus integrantes deberán ser miembros de la Comisión de Análisis Publicitario. El quórum de las sesiones no se romperá cuando un miembro deba abandonar la sesión por conflicto de interés.

ARTÍCULO 34.- Durante las sesiones de las Salas Ordinarias de la Comisión de Análisis Publicitario, tendrán prioridad los Procedimientos iniciados a petición de Parte, los presentados por Consumidores, los interpuestos de Oficio y después serán desahogados aquellos casos derivados del monitoreo de Códigos Sectoriales.

ARTÍCULO 35.- Las Salas Ordinarias podrán determinar la procedencia del análisis sobre temas técnicos a fin de turnar los casos que así lo requieran, a las Salas Técnicas.

ARTÍCULO 36.- El voto electrónico será aplicable sólo en las Salas Ordinarias y de cumplir con las siguientes condiciones:

- a) En casos de ausencia justificada de los integrantes de la Comisión de Análisis Publicitario.
- b) Con la aprobación previa del Presidente de la Comisión de Análisis Publicitario.
- c) Sólo podrán emitirse dos votos electrónicos por sesión.
- d) Cada integrante podrá ejercer este derecho únicamente en dos ocasiones durante el periodo de un año.
- e) El voto formará parte del quórum.
- f) El integrante que haya votado vía electrónica deberá firmar la minuta correspondiente en su oportunidad.

ARTÍCULO 37.- El Secretario deberá dar inicio a las sesiones de las Salas Ordinarias, Técnicas y Especializadas con la lectura del Orden del día y solicitará a los participantes que confirmen los casos en los que tengan conflicto de interés.

ARTÍCULO 38.- Los integrantes de la Comisión de Análisis Publicitario procurarán asistir puntualmente a todas las sesiones a las que sean convocados. En el caso de los miembros de las Salas Ordinarias, tendrán derecho a dos inasistencias injustificadas en un periodo de seis meses; de excederse este número, serán dados de baja sin previo aviso y la Dirección General deberá sustituirlos por quien siga en turno en la lista de reemplazos elaborada por la Secretaría.

ARTÍCULO 39.- El Secretario de la Comisión de Análisis Publicitario llevará un registro de las confirmaciones y asistencias de los integrantes de las Salas Ordinarias. Sólo se considerarán como ausencias justificadas las cancelaciones o inasistencias que se notifiquen a la Secretaría, por cualquier medio que ofrezca certeza de recepción, al menos veinticuatro horas antes de la sesión. En tal caso, se podrá convocar a otro miembro de la Comisión de Análisis Publicitario con objeto de no afectar el quórum establecido.

ARTÍCULO 40.- Las resoluciones en las Salas de la Comisión de Análisis Publicitario, se tomarán por mayoría simple, excepto para la adopción de Medidas Cautelares, en cuyo caso se aplicará lo dispuesto por el Artículo 122 de este Reglamento. Una vez tomada la resolución, el Secretario deberá dar lectura a los acuerdos en voz alta.

El Secretario preparará la minuta con las resoluciones correspondientes que deberá ser firmada por el Presidente y por el propio Secretario o por quienes hayan tomado su lugar en la sesión, así como por aquellos integrantes de la Sala que hubiesen emitido voto electrónico.

CAPÍTULO TERCERO

Del desarrollo de las sesiones de la Comisión de Análisis Publicitario

ARTÍCULO 41.- Una vez integrado el quórum de la sesión, el Secretario dará lectura al Orden del Día y se asegurará de que no permanezca en la sala ningún integrante que tenga conflicto de interés.

En los casos que involucren Códigos Sectoriales, el Secretario se asegurará de contar con la presencia del representante designado por el organismo suscriptor del código.

ARTÍCULO 42.- El Presidente de la Comisión de Análisis Publicitario declarará iniciada la sesión y, con ayuda del Secretario, presentará los Procedimientos conforme al Orden del Día establecido.

ARTÍCULO 43.- En los casos que se analicen a petición de Parte, los interesados deberán observar lo establecido en el Libro Cuarto, Título II, Capítulo Tercero, del referente a las Audiencias ante la Comisión de Análisis Publicitario.

En las Audiencias ante las Salas Ordinarias o Técnicas, las Partes contarán con quince minutos cada una, para su exposición. En el caso de trámite ante Salas Especializadas, contarán con treinta minutos cada una. Al concluir su exposición las Partes deberán abandonar la Sala y permanecer en el lugar que les sea designado dentro del recinto, a fin de estar disponibles para desahogar la Sesión de Preguntas y Respuestas que se llevará a cabo posteriormente.

ARTÍCULO 44.- Los integrantes de la Sala no podrán formular preguntas o emitir opiniones sino hasta el momento en que finalicen las exposiciones y el Presidente declare abierta la Sesión de Preguntas y Respuestas.

El Presidente podrá decidir si la Sesión de Preguntas y Respuestas se lleva a cabo de forma oral, en cuyo caso, cada integrante de la Sala dispondrá de tres minutos para realizar preguntas. De optar por un formato escrito, los miembros de la Sala utilizarán papeletas previamente provistas por la Secretaría quien dará lectura a los cuestionamientos.

Las contrapartes no podrán presenciar la Sesión de Preguntas y Respuestas de su oponente.

Los integrantes de la Sala evitarán en todo momento los cuestionamientos o comentarios que pudieran poner en riesgo la confidencialidad de los argumentos e información de las Partes y aquellos que impliquen opiniones personales.

ARTÍCULO 45.- Una vez concluida la Sesión de Preguntas y Respuestas, las partes abandonarán temporalmente el recinto, los integrantes de la Sala iniciarán la deliberación correspondiente a fin de emitir su voto. El Secretario deberá dar lectura en voz alta a los acuerdos que contendrá la resolución.

ARTÍCULO 46.- Los expedientes de los Procedimientos deberán estar disponibles en las oficinas de CONAR para consulta de los integrantes de la Sala, los Asesores Independientes o Expertos Externos que participen en ella durante el tiempo que dure el Procedimiento.

ARTÍCULO 47.- En caso de que las Partes llegaran a algún acuerdo durante la sesión de la Comisión de Análisis Publicitario, el Presidente y el Secretario fungirán como testigos de los compromisos que se establezcan y deberán redactar y firmar un acta de acuerdos que será también signada por las Partes y tendrá carácter de resolución para todos los efectos a que haya lugar, por lo que le serán aplicables las disposiciones del Libro Séptimo, De las Resoluciones.

ARTÍCULO 48.- Una vez desahogadas las Inconformidades Publicitarias, la Sala procederá al análisis de las Consultas Previas, de los casos derivados del Monitoreo y de cualquier otro asunto que sea de su competencia.

TÍTULO II **DEL CONSEJO REVISOR DE RESOLUCIONES**

CAPÍTULO PRIMERO **Definición e integración del Consejo Revisor de Resoluciones**

ARTÍCULO 49.- De conformidad con lo establecido en los Estatutos, el Consejo Revisor de Resoluciones será el órgano que conocerá y tratará en segunda y última instancia los Casos en materia publicitaria sometidos ante CONAR para su análisis, revisión y resolución.

ARTÍCULO 50.- En las sesiones del Consejo Revisor de Resoluciones, se resolverá la ratificación, revocación o modificación parcial o total de la resolución de primera instancia emitida por la Comisión de Análisis Publicitario.

ARTÍCULO 51.- Los postulantes a formar parte del Consejo Revisor de Resoluciones, deberán cumplir con el perfil dispuesto por el Artículo Septuagésimo Tercero de los Estatutos y cualquier otro requisito aprobado por el Consejo Directivo.

ARTÍCULO 52.- De conformidad con los Estatutos, el Consejo Revisor de Resoluciones tendrá el número de integrantes que el Consejo Directivo haya aprobado. No obstante, sólo se convocará a sesionar a siete de sus miembros que serán Expertos Externos y/o Asesores Independientes seleccionados aleatoriamente por la Secretaría de este órgano, tomando en cuenta su disponibilidad para la sesión, así como la ausencia de conflicto de interés.

ARTÍCULO 53.- El Consejo Revisor de Resoluciones deberá sesionar con un quórum mínimo de cinco integrantes.

ARTÍCULO 54.- Una vez aprobada su integración y de conformidad con lo señalado en los Estatutos, los miembros del Consejo Revisor de Resoluciones deberán firmar el Convenio de Confidencialidad correspondiente.

ARTÍCULO 55.- Los Asesores Independientes y Externos del Consejo Revisor de Resoluciones serán remunerados conforme a los emolumentos propuestos por la Comisión Ejecutiva y aprobados por el Consejo Directivo.

ARTÍCULO 56.- El Consejo Revisor de Resoluciones contará con un Presidente, un Vicepresidente y un Secretario quienes tendrán, además del perfil, funciones y obligaciones descritas en los Estatutos, las que se establezcan en este Reglamento.

ARTÍCULO 57.- El Presidente y, en sustitución de este, el Vicepresidente, tendrán voto de calidad en caso de empate. El Secretario del Consejo Revisor de Resoluciones tendrá derecho a voz pero no a voto.

El Consejo Revisor de Resoluciones contará con un Asesor Legal que tendrá derecho a voz y voto, y formará parte del quórum.

El personal de la Estructura Operativa de CONAR podrá participar en las sesiones del Consejo Revisor de Resoluciones con derecho a voz pero no a voto y no formará parte del quórum.

CAPÍTULO SEGUNDO **Del Funcionamiento del Consejo Revisor de Resoluciones**

ARTÍCULO 58.- El Consejo Revisor de Resoluciones sesionará cuando al menos una de las Partes interponga un Recurso de Revisión a lo resuelto por la Comisión de Análisis Publicitario, de acuerdo con las formalidades especificadas en el ANEXO I de este Reglamento para tal efecto.

ARTÍCULO 59.- El Secretario del Consejo Revisor de Resoluciones enviará a los integrantes de la Sala, la convocatoria de las sesiones con al menos cinco días de anticipación. La convocatoria deberá indicar lugar, fecha y hora de reunión, detallar el Orden del día y adjuntar el material necesario para la sesión.

ARTÍCULO 60.- Cada integrante del Consejo Revisor de Resoluciones deberá presentar, en la primera sesión de deliberación, un proyecto de dictamen que contenga su postura respecto del Recurso de Revisión.

ARTÍCULO 61.- El Consejo Revisor de Resoluciones, podrá convocar a los Expertos Externos que hubiesen participado en la Sala de la Comisión de Análisis Publicitario que resolvió el caso en primera instancia, a fin de consultarles sobre las opiniones que hubiesen emitido para aspectos técnicos o científicos. Las Partes deberán cubrir los honorarios o gastos que se pudiesen generar para este efecto.

ARTÍCULO 62.- Las decisiones del Consejo Revisor de Resoluciones, se tomarán por mayoría simple, excepto para la adopción de Medidas Cautelares, en cuyo caso se aplicará lo dispuesto por el Artículo 122 del presente Reglamento. Una vez tomada la resolución, el Secretario deberá dar lectura a los acuerdos en voz alta.

El Secretario preparará la minuta con las resoluciones correspondientes, que deberá ser firmada por el Presidente y por el propio Secretario o por quienes hayan tomado su lugar en la sesión.

CAPÍTULO TERCERO

Del desarrollo de las sesiones del Consejo Revisor de Resoluciones

ARTÍCULO 63.- Una vez integrado el quórum de la sesión, el Secretario dará lectura al Orden del día y se asegurará de que no permanezca en la sala ningún integrante que tenga conflicto de interés.

ARTÍCULO 64.- El Presidente del Consejo Revisor de Resoluciones declarará iniciada la sesión y, con ayuda del Secretario, presentará los Procedimientos conforme al Orden del Día establecido.

Cada integrante del Consejo Revisor de Resoluciones expondrá brevemente los argumentos contenidos en el proyecto de dictamen de su autoría, previamente elaborado de conformidad con el Artículo 60 de este Reglamento.

ARTÍCULO 65.- En caso de Audiencia, las Partes deberán observar lo establecido en el Libro Cuarto, Título III, Capítulo Tercero, del presente Reglamento. Al concluir su exposición, las Partes deberán abandonar la sala y permanecer en el lugar que les sea designado dentro del recinto, a fin de estar disponibles para desahogar la Sesión de Preguntas y Respuestas que podrá llevarse a cabo posteriormente.

Los integrantes del Consejo Revisor de Resoluciones no podrán formular preguntas o emitir opiniones sino hasta el momento en que finalicen las exposiciones y el Presidente declare abierta la sesión de preguntas y respuestas.

El Presidente podrá decidir si la Sesión de Preguntas y Respuestas se lleva a cabo de forma oral, en cuyo caso, cada integrante del Consejo Revisor de Resoluciones dispondrá de tres minutos para realizar preguntas. De optar por un formato escrito, se utilizarán papeletas previamente provistas por la Secretaría quien dará lectura a los cuestionamientos.

Las contrapartes no podrán presenciar la Sesión de Preguntas y Respuestas de su oponente.

Los integrantes del Consejo Revisor de Resoluciones evitarán en todo momento los cuestionamientos o comentarios que pudieran poner en riesgo la confidencialidad de los argumentos e información de las Partes y aquellos que impliquen opiniones personales.

ARTÍCULO 66.- Una vez concluida la presentación de los dictámenes o, en su caso, la Sesión de Preguntas y Respuestas, las Partes abandonarán temporalmente el recinto, los integrantes del Consejo Revisor de Resoluciones iniciarán la deliberación correspondiente a fin de emitir su voto. El Secretario deberá dar lectura en voz alta a los acuerdos que contendrá la resolución.

ARTÍCULO 67.- Los expedientes de los Procedimientos deberán estar disponibles en las oficinas de CONAR para consulta de los integrantes del Consejo Revisor de Resoluciones que participen en el análisis, durante tiempo que dure el Procedimiento.

ARTÍCULO 68.- En caso de que las Partes llegaran a algún acuerdo durante la sesión del Consejo Revisor de Resoluciones, el Presidente y el Secretario fungirán como testigos de los compromisos que se establezcan y deberán redactar y firmar un acta de acuerdos que será también signada por las Partes y tendrá carácter de resolución para todos los efectos a que haya lugar, por lo que deberá considerarse lo dispuesto por el Libro Séptimo, De las Resoluciones.

LIBRO CUARTO
DE LOS PROCEDIMIENTOS

TÍTULO I
PROCEDIMIENTO DE CONSULTA PREVIA

ARTÍCULO 69.- La Consulta Previa es el sistema por el que la Estructura Operativa o los Órganos Revisores de CONAR llevan a cabo un análisis preventivo de riesgo de la publicidad. La evaluación se realiza con base en la legislación vigente, el Código de Ética Publicitaria y los Códigos Sectoriales. Los dictámenes emitidos para las Consultas Previas no son vinculantes.

ARTÍCULO 70.- Pago previo del Arancel correspondiente, cualquier interesado podrá solicitar la revisión de su publicidad a través del sistema de Consulta Previa. Las solicitudes se enviarán a la Dirección de Mercadotecnia a través de cualquier medio que ofrezca certeza de recepción y que el interesado considere seguro para efectos de confidencialidad.

ARTÍCULO 71.- Las Consultas Previas sometidas a los Órganos Revisores de CONAR deberán contener todas las formalidades señaladas en el ANEXO I de este Reglamento. En caso contrario la solicitud no será admitida y la Dirección de Mercadotecnia deberá informar al solicitante los aspectos u omisiones a subsanar.

ARTÍCULO 72.- Los órganos revisores podrán solicitar al interesado toda aquella información que consideren necesaria para emitir el dictamen correspondiente.

ARTÍCULO 73.- La revisión será efectuada por la Dirección de Mercadotecnia y la Dirección Jurídica bajo la supervisión de la Dirección General de CONAR, salvo que esta última decida turnarla a la Comisión de Análisis Publicitario o que el solicitante así lo indique.

ARTÍCULO 74.- Todo dictamen de Consulta Previa estará debidamente fundado y motivado con los hechos, razonamientos y consideraciones que llevaron a la Dirección de Mercadotecnia o al Órgano Revisor a sus conclusiones.

ARTÍCULO 75.- En caso de duda respecto del dictamen emitido por la Dirección de Mercadotecnia y la Dirección Jurídica, o la Comisión de Análisis Publicitario para una Consulta Previa, el interesado podrá solicitar que el Consejo Revisor de Resoluciones emita su opinión al respecto. En tal caso, se extenderá el plazo de respuesta por parte de CONAR y deberá cubrirse el Arancel adicional por la intervención de este órgano.

ARTÍCULO 76.- El dictamen de Consulta Previa deberá emitirse dentro de los siete días siguientes a la recepción de la solicitud. Se aplicará un Arancel adicional en caso de solicitudes urgentes.

TÍTULO II
PROCEDIMIENTO DE INCONFORMIDAD PUBLICITARIA

CAPÍTULO PRIMERO
Disposiciones Generales del Procedimiento de Inconformidad Publicitaria

ARTÍCULO 77.- Pago previo del Arancel correspondiente, las Inconformidades Publicitarias podrán ser presentadas ante CONAR por los interesados bajo los supuestos descritos en el Artículo 10 de este Reglamento.

La Comisión de Análisis Publicitario también podrá iniciar Inconformidades Publicitarias Ex Oficio bien después de analizar en sus sesiones la publicidad derivada del monitoreo de Códigos Sectoriales.

ARTÍCULO 78.- Todos los documentos relacionados con Inconformidades Publicitarias deberán ser presentados por las Partes a través de cualquier medio que ofrezca certeza de recepción y seguridad para efectos de confidencialidad de la información. Los escritos deberán cumplir con las formalidades señaladas en el ANEXO I de éste Reglamento.

ARTÍCULO 79.- Cuando se presente una Inconformidad en contra de publicidad que hubiese sido sometida al sistema de Consulta Previa, ésta será turnada a una Sala de la Comisión de Análisis Publicitario distinta de la que analizó el mensaje inicialmente.

CAPÍTULO SEGUNDO

Substanciación del Procedimiento de Inconformidad Publicitaria

ARTÍCULO 80.- Cualquier integrante de la Estructura Operativa de CONAR podrá recibir un escrito de Inconformidad Publicitaria y deberá firmar y sellar el documento indicando la fecha y hora de recepción.

ARTÍCULO 81.- Salvo en los casos presentados por consumidores, la Dirección General o la Dirección Jurídica deberán determinar si el escrito cumple con las formalidades del ANEXO I, a más tardar al día siguiente en que se reciba la Inconformidad Publicitaria. De no ser así deberán solicitar en esa misma fecha a la Parte Inconforme, que se subsanen los requerimientos faltantes por lo que el sello de recepción del escrito no implicará el inicio del Procedimiento.

En los casos iniciados por Consumidores, el área jurídica podrá solicitar al Inconforme que esclarezca la información y argumentos conforme a los requisitos del ANEXO I.

ARTÍCULO 82.- El procedimiento de Inconformidad Publicitaria se dará por iniciado en la fecha en que la Dirección General o la Dirección Jurídica envíen el acuse de recepción con la indicación expresa de que el escrito de Inconformidad cumple con los requisitos establecidos en el ANEXO I de este Reglamento.

ARTÍCULO 83.- La Dirección General o la Dirección Jurídica deberán notificar la Inconformidad Publicitaria al Responsable de la Publicidad, dentro de los dos días siguientes al inicio del Procedimiento, a través de cualquier medio que ofrezca certeza de recepción.

La notificación de Inconformidad Publicitaria deberá estar acompañada del escrito presentado por la Parte Inconforme, con excepción de toda aquella información que esté marcada como confidencial.

ARTÍCULO 84.- Podrá marcarse como confidencial la información acerca de secretos industriales o comerciales. No se considerará confidencial la información que sea del dominio público, la que se encuentre disponible en cualquier medio, o la que en algún momento se hubiese hecho del conocimiento de algún tercero sin haberse clasificado como confidencial. Tampoco será confidencial la información y argumentos contenidos en el escrito de Inconformidad Publicitaria o el escrito de contestación a la misma.

La información clasificada como Confidencial, lo será únicamente para las contrapartes involucradas en el proceso, no así para los miembros de los Órganos Revisores y la Estructura Operativa de CONAR.

ARTÍCULO 85.- El Responsable de la Publicidad deberá dar contestación a la Inconformidad dentro de un término no mayor de cinco días, contados a partir del día siguiente de la recepción de la notificación. La contestación deberá cumplir con las formalidades establecidas en el ANEXO I del presente Reglamento. Se podrán incluir todas aquellas pruebas que el Responsable de la Publicidad considere convenientes.

Si el Responsable de la Publicidad da contestación a la notificación de Inconformidad indicando su compromiso de retiro o suspensión de la publicidad, ello no dará por concluido el proceso. La Comisión de Análisis Publicitario deberá emitir la resolución correspondiente aun en esta circunstancia. Por tal razón, el Responsable de la Publicidad deberá presentar los argumentos de defensa que considere pertinentes.

De no recibir contestación por parte del Responsable de la Publicidad en tiempo y forma, la Inconformidad deberá turnarse a la Comisión de Análisis Publicitario para que ésta resuelva con los elementos disponibles. Aun en este caso, se notificará la resolución correspondiente a ambas Partes.

ARTÍCULO 86.- Se podrá solicitar una prórroga para dar respuesta a la Inconformidad Publicitaria, siempre que esta sea presentada dentro del término para dar contestación y de conformidad con lo establecido por el Artículo 9 de este Reglamento.

ARTÍCULO 87.- Cualquiera de las Partes podrá ofrecer pruebas a desahogarse en las Audiencias ante la Comisión de Análisis Publicitario. El costo de las pruebas ofrecidas correrá a cargo de la Parte oferente.

ARTÍCULO 88.- Si la Comisión de Análisis Publicitario lo estimase pertinente podrá ordenarse la práctica de pruebas adicionales que permitan un mayor esclarecimiento de los hechos sujetos a debate. En tal caso, los gastos se dividirán entre las Partes.

La Dirección General de CONAR podrá proponer expertos que, con base en su experiencia profesional o técnica, puedan realizar las pruebas adicionales. En todo caso, la aprobación de los especialistas deberá constar en un escrito firmado por las Partes.

ARTÍCULO 89.- Dentro de los dos días hábiles siguientes a la recepción de la contestación, la Dirección General o la Dirección Jurídica deberán turnarla al Inconforme.

ARTÍCULO 90.- Una vez integrado el expediente de la Inconformidad Publicitaria, se turnará a la Sala de la Comisión de Análisis Publicitario que corresponda de conformidad con los incisos a), b) y c) del Artículo 22 para su estudio previo a la sesión.

En los casos turnados a Salas Ordinarias, éstas sesionarán conforme al calendario correspondiente.

Para las Inconformidades turnadas a Salas Técnicas o Especializadas se convocará de acuerdo con lo establecido por el Artículo 30.

En cualquier caso, el Secretario de la Comisión de Análisis Publicitario deberá hacer del conocimiento de las Partes la fecha, hora y lugar designados para la sesión de análisis.

ARTÍCULO 91.- Una vez celebrada la sesión de la Comisión de Análisis Publicitario y emitida la resolución correspondiente, esta se hará del conocimiento de las Partes en un término no mayor de cinco días.

CAPÍTULO TERCERO

Audiencias ante la Comisión de Análisis Publicitario

ARTÍCULO 92.- Salvo en los casos derivados del monitoreo y los iniciados por Consumidores, las Partes deberán exponer verbalmente su postura y ofrecer sus argumentos ante la Comisión de Análisis Publicitario o facultar al Secretario para ello. La exposición deberá hacerse de manera previa al estudio de un Procedimiento y no podrá ser presenciada por las contrapartes.

ARTÍCULO 93.- Una vez recibida la respuesta a la notificación del Procedimiento, el Secretario deberá coordinar la celebración de la Audiencia y enviar la convocatoria correspondiente.

En el caso de las Salas Ordinarias, la Audiencia se convocará para realizarse en la siguiente sesión programada de acuerdo con el calendario establecido.

En el caso de las Salas Técnicas y Especializadas, la fecha de Audiencia estará sujeta a la disponibilidad de los Expertos Externos.

ARTÍCULO 94.- Durante las Audiencias no se podrán introducir elementos nuevos o distintos a los previamente incluidos en los escritos presentados.

ARTÍCULO 95.- El Presidente, o quien este designe como moderador, cuidará que los participantes se conduzcan con orden y respeto durante la sesión.

ARTÍCULO 96.- El inicio del análisis o discusión del Procedimiento, así como la emisión de juicios u opiniones, sólo podrán llevarse a cabo una vez que las Partes hayan abandonado la Sala.

ARTÍCULO 97.- Los integrantes de la Sala revisora podrán determinar, si el Procedimiento lo amerita, la realización de audiencias adicionales o extensiones en el tiempo de exposición. En tales casos se concederá la misma oportunidad a ambas Partes.

CAPÍTULO CUARTO

Suplencia de deficiencias en la Inconformidad Publicitaria

ARTÍCULO 98.- La Suplencia de Deficiencias en la Inconformidad Publicitaria consiste en subsanar aquellos elementos que el Inconforme hubiese omitido por falta de conocimiento o de acceso a la información necesaria y que fuesen requeridos por el ANEXO I.

La Suplencia sólo aplicará para los casos presentados por consumidores.

Corresponderá a la Estructura Operativa de CONAR subsanar aquellas deficiencias relacionadas con el monitoreo de la publicidad que se encuentren a su alcance y será responsabilidad de los Órganos Revisores resolver cualquier violación a los Principios del Código de Ética Publicitaria o de los Códigos Sectoriales que correspondan, incluyendo aquellos que no hubiesen sido invocados por el consumidor en la presentación de la Inconformidad, con excepción de los principios de Competencia Justa y Publicidad Comparativa, de conformidad con lo establecido en el Artículo 12 de este Reglamento.

CAPÍTULO QUINTO

Juntas de Avenencia

ARTÍCULO 99.- Notificada la Inconformidad Publicitaria, las Partes podrán solicitar a la Dirección General, o viceversa, la realización de una Junta de Avenencia a fin de conciliar sus intereses de forma previa a que la Comisión de Análisis Publicitario emita la resolución de primera instancia y sólo si existe aceptación por escrito de ambas Partes.

La celebración de una Junta de Avenencia no suspenderá los plazos establecidos para la Substanciación de la Inconformidad Publicitaria descritos en el Libro Cuarto, Título II, Capítulo Segundo, de este Reglamento.

ARTÍCULO 100.- Además de la Estructura Operativa de CONAR que participe en las Juntas de Avenencia, se requerirá de la presencia de dos representantes de la Comisión de Análisis Publicitario, sin conflicto de interés, quienes fungirán como testigos y velarán por que los acuerdos que se tomen no vayan en detrimento de las regulaciones del organismo, ni de los intereses de los consumidores.

ARTÍCULO 101.- Los acuerdos que, en su caso, se tomen en las Juntas de Avenencia quedarán asentados en la minuta que elaborará la Dirección Jurídica y que firmarán las Partes y los testigos. Los acuerdos expresados tendrán los efectos de una resolución definitiva.

ARTÍCULO 102.- La resolución de un caso a través de Junta de Avenencia no implica la devolución del Arancel cubierto, ni exime al solicitante del pago correspondiente.

TÍTULO III

PROCEDIMIENTO DEL RECURSO DE REVISIÓN

CAPÍTULO PRIMERO

Disposiciones Generales

ARTÍCULO 103.- Las Partes podrán presentar un Recurso de Revisión a lo resuelto en primera instancia por la Comisión de Análisis Publicitario. Este recurso será de competencia exclusiva del Consejo Revisor de Resoluciones.

ARTÍCULO 104.- El Recurso de Revisión procederá de existir uno o varios de los siguientes supuestos:

- a) La decisión de presentar nuevos argumentos o posturas.
- b) La existencia de pruebas supervenientes.
- c) La consideración de que alguno de los argumentos presentados en la primera instancia no fue analizado durante el Procedimiento.

- d) La existencia de vicios en el Procedimiento.

Serán consideradas como pruebas supervenientes, aquellas de las que una de las Partes no tenía conocimiento al momento de presentar la Inconformidad Publicitaria o la contestación correspondiente.

Los Recursos de Revisión que recaigan sobre resoluciones que involucren temas técnicos o científicos, analizados previamente por las Salas Técnicas o Especializadas de la Comisión de Análisis Publicitario, serán procedentes únicamente cuando existan pruebas supervenientes. En estos casos se llamará a los expertos que participaron en la primera instancia a fin de consultar su opinión. Los expertos no contarán con derecho a voto.

CAPÍTULO SEGUNDO

Substanciación del Recurso de Revisión

ARTÍCULO 105.- La Parte Recurrente deberá presentar el escrito de Recurso de Revisión de conformidad con lo establecido en el ANEXO I dentro de los cinco días posteriores a la recepción de la Resolución emitida por la Comisión de Análisis Publicitario, a través de cualquier medio que ofrezca certeza de recepción.

Cualquier integrante de la Estructura Operativa de CONAR podrá recibir un escrito de Recurso de Revisión y deberá firmar y sellar el documento indicando la fecha y hora de recepción.

La Dirección General o la Dirección Jurídica deberán determinar si el escrito cumple con las formalidades del ANEXO I, a más tardar al día siguiente en que se reciba el Recurso de Revisión. De no ser así deberán solicitar en esa misma fecha, a la Parte Recurrente, que se subsanen los requerimientos faltantes en un plazo no mayor de un día.

ARTÍCULO 106.- El Procedimiento de Recurso de Revisión se dará por iniciado en la fecha en que la Dirección General o la Dirección Jurídica envíen el Acuse de Recepción con la indicación expresa de que el escrito cumple con los requisitos establecidos en el ANEXO I de este Reglamento.

La Dirección General o la Dirección Jurídica deberán notificar de lo anterior a la Parte Contraria dentro de los dos días siguientes a la presentación de la solicitud de la Parte Recurrente, por cualquier medio que ofrezca certeza de recepción.

La notificación deberá estar acompañada del escrito presentado por la Parte Recurrente, con excepción de toda aquella información que esté marcada como confidencial.

La Parte Contraria deberá presentar su contestación en apego a lo establecido al ANEXO I y en un término no mayor de cinco días.

Dentro de los dos días siguientes a la recepción de la contestación, la Dirección General o la Dirección Jurídica deberán turnarla a la Parte Recurrente.

ARTÍCULO 107.- Al momento de presentar el Recurso de Revisión o la contestación a éste, las Partes podrán marcar como confidencial la información acerca de secretos industriales o comerciales. No se considerará confidencial la información que sea del dominio público, la que se encuentre disponible en cualquier medio o la que en algún momento se hubiese hecho del conocimiento de algún tercero sin haberse clasificado como confidencial. Tampoco serán confidenciales la información y los argumentos contenidos en el Recurso de Revisión o en la contestación al mismo.

La información clasificada como Confidencial, lo será únicamente para las contrapartes involucradas en el Procedimiento, no así para los Órganos Revisores y la Estructura Operativa de CONAR.

ARTÍCULO 108.- El Secretario del Consejo Revisor de Resoluciones deberá informar a las Partes el lugar, fecha y hora señalados para la sesión que deberá llevarse a cabo dentro de los doce días siguientes al inicio del Procedimiento.

ARTÍCULO 109.- Los integrantes del Consejo Revisor de Resoluciones deberán exponer, de manera previa al inicio de la Audiencia, los proyectos de dictamen elaborados de conformidad con lo indicado en el artículo 60 de este Reglamento.

ARTÍCULO 110.- Las Partes deberán presentar sus argumentos de manera presencial ante el Consejo Revisor de Resoluciones de conformidad con lo establecido en el Libro Cuarto, Título III, Capítulo Tercero, de este Reglamento.

ARTÍCULO 111.- Los expedientes deberán estar disponibles en las oficinas de CONAR para consulta de los integrantes del Consejo Revisor de Resoluciones durante el tiempo que dure el Procedimiento.

CAPÍTULO TERCERO

Audiencias ante el Consejo Revisor de Resoluciones

ARTÍCULO 112.- Salvo en los casos derivados del monitoreo o los presentados por Consumidores, las Partes deberán exponer verbalmente su postura y ofrecer sus argumentos ante el Consejo Revisor de Resoluciones o facultar al Secretario para ello. La exposición deberá hacerse de manera previa a la deliberación de un Recurso de Revisión y no podrá ser presenciada por las contrapartes.

ARTÍCULO 113.- Una vez recibida la respuesta de la Parte Contraria al Recurso de Revisión, el Secretario deberá coordinar la celebración de la Audiencia y enviar la convocatoria correspondiente.

ARTÍCULO 114.- Durante las Audiencias no se podrán introducir elementos nuevos o distintos a los previamente incluidos en los escritos presentados para el Recurso de Revisión.

ARTÍCULO 115.- Se otorgarán quince minutos de Audiencia a cada Parte. En la Convocatoria a Audiencia el Secretario deberá especificar los horarios que corresponden a cada Parte.

ARTÍCULO 116.- El Presidente, o quien este designe como moderador, cuidará que los participantes se conduzcan con orden y respeto durante la sesión. Al finalizar las exposiciones, cada integrante del Consejo Revisor de Resoluciones dispondrá de tres minutos para realizar preguntas, evitando en todo momento los cuestionamientos o comentarios que pudieran poner en riesgo la confidencialidad de los argumentos e información de las Partes.

ARTÍCULO 117.- El inicio del análisis o discusión del Recurso de Revisión, así como la emisión de juicios u opiniones sólo podrán llevarse a cabo una vez que las Partes hayan abandonado la Sala.

TÍTULO IV

PROCEDIMIENTO DE DESACATO A LAS RESOLUCIONES

ARTÍCULO 118.- Se entenderá por desacato a las resoluciones de CONAR cuando:

- a) Se excedan injustificadamente los plazos concedidos por los Órganos Revisores para la modificación o retiro del mensaje publicitario.
- b) Se pruebe que el Responsable de la Publicidad no ha realizado ninguna acción tendiente al cumplimiento de la Resolución.
- c) Las modificaciones a la publicidad no cumplan con lo puntualmente dispuesto por los Órganos Revisores.
- d) El mensaje sea difundido nuevamente en las mismas condiciones en las que fue determinada su suspensión o modificación.

ARTÍCULO 119.- La Parte interesada deberá informar por escrito a la Dirección General o a la Dirección Jurídica sobre la probable existencia de un desacato y las causas de su presunción, así como agregar las pruebas que confirmen sus argumentos.

La Dirección General o la Dirección Jurídica turnarán al Responsable de la Publicidad el documento en el que se fundamenta el posible desacato en un término no mayor de un día. La contestación deberá presentarse por escrito en un término no mayor de un día y contener los argumentos de defensa que el Responsable de la Publicidad considere convenientes.

ARTÍCULO 120.- Dentro de los cinco días siguientes a la recepción de la contestación, la Comisión Jurídica y la Comisión de Análisis Publicitario, en sesión conjunta y por mayoría simple de votos, determinarán si existen elementos de desacato. El quórum mínimo para éstas sesiones será de siete integrantes, indistintamente del órgano al que pertenezcan y serán presididas por el representante que la mayoría designe que, en su caso, tendrá voto de calidad.

La Secretaría de la Sesión estará a cargo de la Estructura Operativa de CONAR, que deberá levantar la minuta correspondiente y entregarla al Consejo Directivo.

En caso de haberse determinado la existencia del desacato, el Consejo Directivo resolverá las sanciones correspondientes de conformidad con lo establecido por los Estatutos. La resolución del Consejo Directivo deberá emitirse dentro de los seis días siguientes a la Sesión de la Comisión de Análisis Publicitario y la Comisión Jurídica.

LIBRO QUINTO **MEDIDAS CAUTELARES**

ARTÍCULO 121.- Las Medidas Cautelares consisten en la orden de suspensión temporal del mensaje publicitario motivo de controversia, previa a la emisión de las resoluciones de los Órganos Revisores de CONAR.

ARTÍCULO 122.- La Comisión de Análisis Publicitario y el Consejo Revisor de Resoluciones contarán, por separado, con facultades para imponer Medidas Cautelares. La aplicación de estas medidas requiere la aprobación de la mayoría absoluta del Órgano Revisor, es decir, de las dos terceras partes de los miembros con derecho a voto.

ARTÍCULO 123.- La Partes podrán solicitar Medidas Cautelares dentro de un Procedimiento cuando consideren que existe o existirá una demora inusual en el trámite y por ello continuar con la difusión del mensaje comercial pudiera causar un daño irreparable al prestigio de sus marcas o a los intereses de los consumidores. Se entenderá por demora inusual la que exista a partir de los veinte días de haberse comenzado un Procedimiento.

ARTÍCULO 124.- Sólo se podrán aplicar Medidas Cautelares si el contenido total o parcial del mensaje en controversia transgrede Principios del Código de Ética Publicitaria o de los Códigos Sectoriales de forma evidente y respecto de temas estrictamente comunicacionales que no requieran de una revisión técnica o científica para su confirmación.

ARTÍCULO 125.- Las Medidas Cautelares sólo aplicarán a la publicidad difundida o transmitida a través de medios masivos de comunicación y/o medios electrónicos. Se concederá un plazo máximo de cinco días para el cumplimiento de la suspensión.

LIBROSEXTO **DE LOS PRECEDENTES**

ARTÍCULO 126.- Se considerarán como Precedentes aquellos criterios que se aprueben por mayoría simple, en las sesiones conjuntas del Pleno de la Comisión de Análisis Publicitario y el Consejo Revisor de Resoluciones, convocadas especialmente para tal efecto. El quórum mínimo requerido para estas sesiones será de diez integrantes de la Comisión de Análisis Publicitario y tres miembros del Consejo Revisor de Resoluciones.

Los Órganos Revisores de CONAR no necesariamente resolverán con base en los Precedentes. No obstante, podrán considerarlos dentro de sus resoluciones.

Los Precedentes no harán referencia a Casos concretos, sino a hechos o consideraciones aplicables en circunstancias similares.

ARTÍCULO 127.- Los Precedentes que refieran temas específicos de Códigos Sectoriales deberán ser aprobados formalmente por el organismo titular del código.

ARTÍCULO 128.- La Dirección Jurídica elaborará un listado de Precedentes que deberá estar disponible para consulta de los Asociados o no Asociados que lo soliciten, previo pago del Arancel correspondiente.

ARTÍCULO 129.- Los Precedentes podrán ser invocados por las Partes en un Procedimiento como parte de su argumentación.

LIBRO SÉPTIMO **DE LAS RESOLUCIONES**

ARTÍCULO 130.- Las resoluciones de los Órganos Revisores, y en su caso del Consejo Directivo, deberán notificarse dentro de los cinco días posteriores a la celebración de las sesiones de análisis siempre y cuando existiese una deliberación final y se hubiesen cubierto todos los temas a resolver.

ARTÍCULO 131.- Las resoluciones que emitan la Comisión de Análisis Publicitario y el Consejo Revisor de Resoluciones, deberán estar debidamente fundadas y motivadas, expresando las consideraciones que sirvieron como base para resolver los Procedimientos sometidos a su análisis.

ARTÍCULO 132.- Las resoluciones deberán indicar específicamente las imágenes, textos, sonidos o cualquier otro recurso publicitario que implique la transgresión a los Principios del Código de Ética Publicitaria y los Códigos Sectoriales. De igual forma deberán establecer el medio o medios en los cuáles se observan violaciones y los términos y condiciones de cumplimiento aplicables.

ARTÍCULO 133.- Las resoluciones que emitan los Órganos Revisores de CONAR para las Inconformidades Publicitarias o Recursos de Revisión deberán cumplirse en los siguientes términos:

- a) Para los casos en que se solicite la modificación o suspensión definitiva de publicidad difundida a través de televisión, radio y/o internet, la Parte Responsable de la Publicidad contará con un plazo de cinco días para dar cumplimiento.
- b) Para los casos en que se solicite la modificación o suspensión definitiva en medios exteriores, impresos, punto de venta, empaques o envases la Comisión de Análisis Publicitario o el Consejo Revisor de Resoluciones determinarán los plazos de cumplimiento, dependiendo del caso específico. El plazo máximo a otorgarse será de hasta treinta días.

ARTÍCULO 134.- En caso de que las modificaciones solicitadas por CONAR no se hayan efectuado oportunamente, la Parte Responsable de la Publicidad deberá suspender de inmediato la difusión o transmisión del mensaje en tanto se realizan los cambios correspondientes.

Excepto por los casos derivados del monitoreo, los presentados por consumidores o los iniciados de manera Ex Oficio, será la Parte afectada quien informe a CONAR sobre incumplimientos a las resoluciones.

ARTÍCULO 135.- Las resoluciones de los Órganos Revisores deberán indicar de manera enunciativa más no limitativa, que la publicidad:

- a) No transgrede los Principios del Código de Ética Publicitaria o los Códigos Sectoriales.
- b) Debe modificarse parcialmente.
- c) Debe eliminar elementos o recursos específicos.
- d) Debe retirarse en tanto se realizan las modificaciones correspondientes.
- e) Debe retirarse definitivamente.

ARTÍCULO 136.- Una vez resuelta la modificación o suspensión de un mensaje, este no podrá transmitirse posteriormente en las mismas condiciones.

ARTÍCULO 137.- Cualquiera de las Partes podrá solicitar que se suspendan los efectos de la resolución de primera instancia emitida por la Comisión de Análisis Publicitario, en tanto se resuelve un Recurso de Revisión. El Consejo Revisor de Resoluciones será el órgano facultado para determinar, durante su primera sesión de deliberación, si esta suspensión resulta procedente.

ARTÍCULO 138.- Cuando alguna de las Partes lo solicite y los Órganos Revisores de CONAR así lo resuelvan, la Secretaría se asegurará de que la Agencia que hubiese desarrollado la publicidad motivo de controversia y los medios encargados de su difusión y/o transmisión, sean informados de la resolución.

ARTÍCULO 139.- CONAR se reservará la facultad de informar a las Autoridades competentes sobre las resoluciones de sus Órganos Revisores cuando el Responsable de la Publicidad se encuentre dentro de uno o varios de los siguientes supuestos:

- a) No se dio contestación a la notificación de inicio del Procedimiento.
- b) No hubo aceptación para someterse al Procedimiento.
- c) No se admitió la notificación de la resolución.
- d) La resolución no fue acatada en tiempo y forma injustificadamente.
- e) El mensaje se difunde nuevamente en las mismas condiciones en las que fue determinada su suspensión o modificación.

ARTÍCULO 140.- Queda estrictamente prohibido a los integrantes de la Comisión de Análisis Publicitario, del Consejo Revisor de Resoluciones, a los Asesores Independientes y a los Expertos Externos, compartir o comentar con las Partes cualquier información relacionada con la resolución de un Procedimiento. Esta facultad está reservada a la Dirección General y la Dirección Jurídica.

ARTÍCULO 141.- CONAR podrá hacer público un resumen de lo resuelto por sus Órganos Revisores. El resumen no incluirá información confidencial sobre los Procedimientos.

ARTÍCULO 142.- Las resoluciones de CONAR no podrán ser utilizadas o referidas de ninguna forma por los Asociados o no Asociados, ni por las Partes, con fines publicitarios o comerciales.

LIBRO OCTAVO **DE LAS SANCIONES**

ARTÍCULO 143.- De conformidad con los Artículos Noveno, Décimo y Undécimo de los Estatutos, el Consejo Directivo o la Asamblea podrán imponer como sanciones derivadas del incumplimiento a las resoluciones de CONAR las previstas por los Estatutos.

LIBRO NOVENO **DE LAS RECUSACIONES Y EL DEBER DE EXCUSARSE**

ARTÍCULO 144.- En el desarrollo de los Procedimientos a cargo de los Órganos Revisores de CONAR, serán causas de recusación o de excusa de sus miembros las siguientes:

- a) Tener interés directo o indirecto en el asunto que se somete a decisión de CONAR.
- b) Prestar o haber prestado directa o indirectamente servicios personales o profesionales a cualquiera de las Partes involucradas en una Inconformidad, Consulta Previa o Recurso de Revisión, en un plazo menor al de dieciocho meses.
- c) Estar o haber sido denunciado o acusado por alguna de las Partes como responsable de algún delito o falta.
- d) Ser o haber sido denunciante o querellante respecto de cualquiera de las Partes.
- e) Tener amistad o enemistad manifiesta con alguna de las Partes.

ARTÍCULO 145.- El Consejo Directivo, la Comisión de Análisis Publicitario, el Consejo Revisor de Resoluciones, la Dirección General, la Dirección Jurídica, la Dirección de Mercadotecnia y las Partes, están legitimados para recusar a un integrante de los Órganos Revisores de CONAR. La recusación deberá solicitarse por escrito, exponiendo las causas por las que se requiere y entregarse a través de cualquier medio que ofrezca certeza de recepción.

ARTÍCULO TRANSITORIO

ARTÍCULO ÚNICO.- Las reformas al presente Reglamento entrarán en vigor a partir del 28 de abril de 2014.

ANEXO I

ÍNDICE

- I. Requisitos para la solicitud de Consulta Previa de publicidad.
- II. Requisitos para trámite de Inconformidad Publicitaria (Asociados y No Asociados a CONAR).
- III. Requisitos para la Contestación de Inconformidades Publicitarias.
- IV. Requisitos para trámite de Inconformidades Publicitarias (Personas Físicas).
- V. Requisitos para la Solicitud de Recursos de Revisión.
- VI. Requisitos para la Contestación de Recursos de Revisión.

ANEXO I

I. REQUISITOS PARA LA SOLICITUD DE CONSULTA PREVIA DE PUBLICIDAD

A. Entregar en las oficinas de CONAR (Calle Magdalena 434-401 Col. Del Valle, CP 03100 o vía correo electrónico a conar@conar.org.mx) la solicitud de Consulta Previa indicando los datos del solicitante que a continuación se detallan:

1. Nombre de la empresa o agencia (señalando si es o no Asociada a CONAR y si se encuentra en plan de Cuota Integral).
2. Nombre y datos del contacto (cargo, teléfono y correo electrónico).
3. Datos de facturación del responsable del pago (de acuerdo con los requisitos fiscales establecidos).
4. Adjuntar la pieza publicitaria (en formato .doc, .ppt, .pdf, .wmv, .mp3 o .html) que se someterá a consulta considerando que la información previa mínima a presentar es a partir de **storyboards** y hasta mensajes producidos. Se recomienda agregar el racional del mensaje.
5. Entregar comprobante de pago realizado a nombre del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR A.C. en la cuenta 0448894507 de BBVA Bancomer, con CLABE Interbancaria 012180004488945073, o bien fecha de promesa de pago*.
6. En caso de que se requiera presentar la consulta ante la Comisión de Análisis Publicitario será necesario indicarlo en la solicitud.
7. Si existe material que se presente en idioma distinto al español, deberá de acompañarse de la traducción correspondiente.

* Se debe realizar el pago del arancel correspondiente, a más tardar dentro de los cinco días hábiles siguientes de presentada la consulta, excepto en los casos de Cuota Integral.

II. REQUISITOS PARA TRÁMITE DE INCONFORMIDAD PUBLICITARIA (ASOCIADOS Y NO ASOCIADOS A CONAR)

(si Usted es Consumidor consulte el numeral IV de este ANEXO)

- A. Presentar la Inconformidad Publicitaria en las oficinas de CONAR (Calle Magdalena 434-401 Col. del Valle, CP 03100 o vía correo electrónico a conar@conar.org.mx) dirigiendo el escrito a la Dirección General o a la Dirección Jurídica del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria.

Los documentos confidenciales o pruebas sólo se recibirán físicamente.

- B. El Escrito de Inconformidad Publicitaria y los anexos no considerados como confidenciales que se presenten físicamente, deberán entregarse en original y dos copias además de entregar los documentos en versión .doc en memoria USB o disco compacto).
- C. La Inconformidad se integrará de la siguiente manera:

1. Escrito de Inconformidad Publicitaria que deberá contener:

- Los datos generales de la Parte Inconforme (Razón social, nombre del contacto, dirección, teléfonos y correo electrónico, así como los datos de facturación conforme a los requisitos fiscales establecidos).
- Información del Responsable de la Publicidad (Razón social o nombre, dirección para notificaciones y cualquier otro dato adicional con el que se cuente).
- Establecimiento del motivo de la Inconformidad Publicitaria especificando las frases, palabras, imágenes y/o sonidos con los cuales se pudieran transgredir el Código de Ética Publicitaria y/o los Códigos Sectoriales. Cada hecho considerado como transgresión deberá relacionarse con el principio o principios que se estimen transgredidos.
- De citar el Principio de Legalidad, deberán indicarse las regulaciones que se consideren contravenidas y los argumentos por los que se supone la transgresión.
- Se recomienda incluir los precedentes que, en su caso, pudieran resultar relevantes.
- Tipo de Sala de la Comisión de Análisis Publicitario en la que se solicite se revise el caso.
- Solicitud de Audiencia o, en su caso, otorgamiento de facultades al Secretario para la presentación del caso.
- Las pretensiones de la Parte Inconforme.

El escrito de Inconformidad Publicitaria se turnará íntegro al Responsable de la Publicidad por lo que no debe incluir Información Confidencial.

2. El testigo de la publicidad motivo de controversia debe enviarse o entregarse en el formato que corresponda y con los requisitos señalados:
 - a) **COMERCIALES DE TELEVISIÓN Y/O RADIO**
 - Formato .mpg, .mov, .wav, .mp3.
 - Indicar canal, horario y fecha en los que fue visto o escuchado.
 - b) **ESPECTACULARES, PARABUSES Y PUBLICIDAD EXTERIOR**
 - Fotografía en formato .jpeg
 - Informar la ubicación y la fecha en que fue visto.
 - c) **PRENSA Y REVISTAS**
 - Fotografía o imagen digitalizada en formato .jpeg
 - Informar nombre del periódico o revista, fecha de publicación y página.
 - d) **ETIQUETADO**
 - Muestras del producto o productos.
3. Pruebas (en caso de que la Parte Inconforme considere su inclusión).
 - a) Relacionar de forma específica las partes del mensaje publicitario que se demuestran o descalifican con el sustento presentado.
 - b) Las pruebas sólo serán admitidas en español e inglés o en su traducción a estos idiomas.
 - c) Deberán indicar claramente su procedencia (quién las realiza, la fecha en que se llevaron a cabo y cualquier otro dato relevante).
 - d) Se deberá marcar claramente la Información Confidencial.
4. Comprobante de pago realizado a nombre del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR A.C. en la cuenta 0448894507 de BBVA Bancomer, con CLABE Interbancaria 012180004488945073, o bien carta de fecha de promesa de pago.

III. REQUISITOS PARA LA CONTESTACIÓN DE INCONFORMIDADES PUBLICITARIAS

Presentar la siguiente información dirigida a la Dirección Jurídica o a la Dirección General del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria CONAR, al momento de la contestación a la inconformidad:

- a) Escrito de contestación a la Inconformidad Publicitaria en original y 1 copia.
- b) Copias de traslado para el(los) Inconformes de: (i) escrito de contestación a la inconformidad y (ii) anexos que no sean confidenciales.
- c) En caso de que el escrito de contestación a la inconformidad del cual se va a girar traslado al Inconforme contenga información confidencial, el responsable de la Publicidad deberá cerciorarse de que dicha información no esté disponible para la contraparte.
- d) Todos los documentos que sean parte de la contestación a la Inconformidad, incluyendo los anexos, deberán de estar en idioma español o inglés. De lo contrario deberá de agruparse la traducción simple correspondiente.
- e) Archivo de la contestación de la Inconformidad en formato de Word (puede enviarse a través de correo electrónico a conar@conar.org.mx o bien entregarse con el original en CD).
- f) Solicitud de Audiencia, en su caso, para presentar los argumentos de la Inconformidad ante la Comisión de Análisis Publicitario.

El escrito de contestación a la Inconformidad deberá contener lo siguiente:

- 1. Datos generales de la empresa Responsable de la Publicidad y su contacto para notificaciones (Razón social, dirección, teléfonos, fax y correo electrónico, así como datos fiscales).
- 2. Deberá motivar y fundamentar sus argumentos para desvirtuar los de la parte inconforme. Deberá darse contestación a cada uno de los argumentos presentados.
- 3. Señalar, en su caso, los precedentes que pudieran resultar relevantes para el caso.
- 4. En su caso, presentar las pruebas técnicas para soportar su contestación.

IV. REQUISITOS PARA TRÁMITE DE INCONFORMIDAD PUBLICITARIA (PERSONAS FÍSICAS)

Presentar la siguiente información dirigida a la Dirección Jurídica o a la Dirección General del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria CONAR, al momento de la Inconformidad:

- a) Escrito de Inconformidad Publicitaria ante las oficinas de CONAR, vía correo electrónico o a través de la página web www.conar.org.mx.
- b) De ser posible, archivo de la inconformidad en formato Word.

La carta de inconformidad deberá contener lo siguiente:

- 1. Datos generales de la persona inconforme y su contacto (Nombre, Dirección, teléfonos, fax y correo electrónico).
- 2. Señalar el medio de comunicación y el horario aproximado en el que fue vista la publicidad o bien, la ubicación de la misma.

Para publicidad de Radio y T. V. Señalar: fecha, hora y Canal donde se vio la publicidad.

Para espectaculares, parabuses y publicidad exterior. Señalar: Ubicación y fecha en que se vio la publicidad.

Para publicidad en prensa y revistas. Señalar: Nombre del medio y fecha en que se vio la publicidad.

Para publicidad en internet. Señalar: Nombre de la página o dirección en la que se localizó la publicidad y fecha en la que se vio (*sólo aplica para páginas web con dominio en la República Mexicana*).

Motivo de la inconformidad incluyendo una descripción de la publicidad que se impugna.

3. Especificar las frases, palabras o imágenes con las cuales se estima transgrede el Código de Ética Publicitaria del CONAR, así como relacionarlas con los Principios que se violan y las causas por las cuales se considera que se transgreden.

V. REQUISITOS PARA LA SOLICITUD DE RECURSOS DE REVISIÓN

Entregar en las oficinas de CONAR (Calle Magdalena 434-401 Col. Del Valle, CP 03100 o vía correo electrónico a conar@conar.org.mx) la solicitud de Recurso de Revisión, la cual deberá de hacerse llegar dentro de los 5 días contados a partir del día siguiente en que fue notificada la Resolución de Primera Instancia. El escrito deberá de ir dirigido a la Dirección General o a la Dirección Jurídica del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria.

Los documentos confidenciales o pruebas sólo se recibirán físicamente.

El escrito de Recurso de Revisión y los anexos no considerados como confidenciales que se presenten físicamente, deberán entregarse, conforme a los plazos considerados en el Reglamento, en original y cinco copias además de entregar los documentos en versión .doc en memoria USB o disco compacto.

El recurso de Revisión se integrará de la siguiente manera:

A. Escrito de Recurso de Revisión que deberá contener:

1. Los datos generales de la Parte Recurrente (Razón social, nombre del contacto, dirección, teléfonos y correo electrónico, así como los datos de facturación conforme a los requisitos fiscales establecidos). En caso de contar con Cuota Integral y de ser o no Asociado, se deberá especificar.
2. Información de la Parte Contraria (Razón social o nombre, dirección para notificaciones y cualquier otro dato adicional con el que se cuente).
3. Establecimiento del motivo del Recurso de Revisión especificando los puntos de la Resolución de Primera Instancia que se rebaten, así como la fecha de emisión de la Resolución y la fecha de recepción de la notificación.
4. Deberán de señalarse las pruebas y argumentos nuevos que se incluyen en este escrito y que no se agregaron en su momento a la inconformidad Publicitaria.
5. Si existe material que se presente en idioma distinto al español, deberá de acompañarse de la traducción correspondiente.
6. Deberán especificarse las casusas por las cuales se rebaten las resoluciones de Primera Instancia.
7. Se recomienda incluir los Precedentes que, en su caso, pudieran resultar relevantes.
8. En caso de que la Inconformidad Publicitaria se hubiera revisado por una Sala Especializada o Técnica de la Comisión de Análisis Publicitario y que se requiera de apoyo técnico en el Recurso de Revisión por el Ofrecimiento de pruebas técnicas supervenientes, será necesario especificar que para la resolución del Recurso se requerirá la intervención de Expertos Externos.
9. Solicitud de Audiencia o, en su caso, otorgamiento de facultades al Secretario para la presentación del caso ante el CRR.
10. Las pretensiones de la Parte Recurrente deberán de estar relacionadas con cada uno de los puntos resueltos en Primera Instancia. El CRR no entrará al análisis o estudio de puntos que no hubieren sido cuestionados o rebatidos por la Parte Recurrente en el Recurso de Revisión.

El escrito de Recurso de Revisión se turnará íntegro al Responsable de la Publicidad por lo que no debe incluir Información Confidencial.

- B. Con la presentación del Recurso de Revisión, la Parte Recurrente deberá entregar comprobante de pago realizado a nombre del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR, A.C. en la cuenta 0448894507 de BBVA Bancomer, con CLABE interbancaria 012180004488945073, o bien fecha de promesa de pago*.

* Se debe realizar el pago del arancel correspondiente, a más tardar dentro de los cinco días hábiles siguientes de presentada la consulta, excepto en los casos de Cuota Integral.

VI. REQUISITOS PARA LA CONTESTACIÓN DEL RECURSO DE REVISIÓN

Presentar la siguiente información dirigida a la Dirección Jurídica o a la Dirección General del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria CONAR, al momento de la contestación a la Inconformidad:

- a. Escrito de contestación del Recurso de Revisión en original y 5 copias.
- b. Copias de traslado para la(s) Parte(s) Recurrente(s) de: (i) escrito de contestación al Recurso de Revisión y (ii) anexos que no sean confidenciales.
- c. En caso de que el escrito de contestación al Recurso de Revisión del cual se va a girar traslado contenga información confidencial, la Parte Contraria deberá cerciorarse de que dicha información no esté disponible para la contraparte.
- d. Todos los documentos que sean parte de la contestación al Recurso de Revisión, incluyendo los anexos, deberán de estar en idioma español o inglés. De lo contrario deberá de agregarse la traducción simple correspondiente.
- e. Archivo de la contestación del Recurso de Revisión en formato de Word (puede enviarse a través de correo electrónico a conar@conar.org.mx o bien entregarse con el original en USB o CD).
- f. Solicitud de Audiencia o, en su caso, otorgamiento de facultades al Secretario para la presentación de la contestación.

El escrito de contestación al Recurso de Revisión deberá contener lo siguiente:

1. Datos Generales de la Parte Contraria y su contacto para notificaciones (Razón social, dirección, teléfonos, fax y correo electrónico, así como datos fiscales).
2. Deberá motivar y fundamentar sus argumentos para desvirtuar los de la Parte Recurrente. Deberá darse contestación a cada uno de los argumentos presentados.
3. Señalar, en su caso, los precedentes que pudieran resultar relevantes para el caso.
4. En su caso, presentar las pruebas técnicas para soportar su contestación.