



Barueri, 21 de fevereiro de 2017.

AO INSTITUTO ALANA.

Rua Fradique Coutinho, 50, 11º andar
Pinheiros – São Paulo/SP
CEP 05416-000

Ref.: Resposta à Notificação Alana datada de 21 de dezembro de 2016.

Prezados Senhores,

A **BK BRASIL OPERAÇÃO E ASSESSORIA A RESTAURANTES S.A**, doravante designada simplesmente "**BK BRASIL**", vem expor ao **INSTITUTO ALANA**, doravante designada simplesmente "**Alana**" o quanto segue:

A **BK BRASIL** desenvolve e explora a operação de restaurantes "*fastfood*" da marca Burger King® no Brasil na qualidade de master franqueada da marca no Brasil desde julho de 2011.

De início, cumpre esclarecer que a **BK BRASIL** cumpre com todas as normas relativas à publicidade infantil.





Considerando seus valores e o dever social de observar a especial condição das crianças, conforme o Código Internacional de Prática Publicitária e, ainda, conforme o Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, a **BK BRASIL** coloca em prática uma série de iniciativas com a intenção de clarificar o seu papel social e comprometimento com as gerações futuras, com base nos seus princípios éticos e morais.

Inclusive, a **BK BRASIL** por meio do programa PUBLICIDADE RESPONSÁVEL DIRIGIDA ÀS CRIANÇAS - BURGER KING ® BRASIL, se compromete a não explorar a credulidade das crianças por meio suas campanhas publicitárias.

Veja-se algumas das ações da **BK BRASIL** em relação à publicidade infantil:

(a) Publicidade Televisiva

A **BK BRASIL** se compromete a veicular publicidade televisiva relacionada aos combos de produtos destinados às crianças observando os seguintes princípios:

- Não veicular anúncios publicitários em horários aos quais o público com idade inferior a 12 anos corresponda a 50 % (cinquenta por cento) ou mais da audiência;
- Não utilizar em seus anúncios publicitários linguagem contendo apelo imperativo ou tom de urgência, como por exemplo: "venha hoje mesmo", ou "válido somente hoje";
- Não direcionar a narração dos anúncios publicitários diretamente às crianças menores de 12 (doze) anos de idade, de maneira a não explorar a sua credulidade de forma inadequada; e
- Não fazer com que através de seus anúncios publicitários crianças menores de 12 (doze) anos de idade se sintam inferiores do que outras crianças por não possuírem ou adquirirem os produtos/brindes veiculados em nossos comerciais.

(b) Marketing nas Escolas e Patrocínio

A **BK BRASIL** se compromete a não explorar campanhas de marketing no ambiente escolar de ensino fundamental ou médio. Além disso, a **BK BRASIL** se compromete a não patrocinar competições escolares.





(c) Merchandising

Quanto ao merchandising, a **BK BRASIL** se compromete a não realizar publicidade subliminar destinada a crianças.

(d) Marketing na Internet

Em relação à publicidade veiculada por meio da Internet, a **BK BRASIL** se compromete a não coletar e armazenar dados de crianças menores de 12 (doze) anos de idade.

(e) Outras Práticas

Além das ações elencadas acima, a **BK BRASIL** se compromete a estimular as seguintes práticas:

- Hábitos saudáveis e de atividades desportivas;
- Consumo de produtos saudáveis com no máximo 600 calorias por refeição, de acordo com a dieta de crianças entre 5 (cinco) e 11 (onze) anos de idade; e
- Disponibilizar bebidas de menor valor calórico, como água de coco e sucos diversos em nossos cardápios.

Além disso, diferentemente do quanto alegado pela **ALANA**, os produtos **BK BRASIL** possuem informações nutricionais elaboradas por profissionais especializados e estão de acordo com os padrões internacionais da marca Burger King®, estabelecidos pela Burger King Corporation.

De maneira mais específica, em relação às informações nutricionais dos produtos ofertados para as crianças, a **BK BRASIL** em suas peças televisas se compromete apenas a apresentar produtos com as seguintes características:

- Valor calórico inferior a 600 kcal;
- Índice de gordura inferior a 30% de calorias totais;
- Índice de gordura saturada inferior a 10% das calorias totais;
- Índice de sódio inferior a 740 mg; e
- Índice de açúcares inferiores a 10% das calorias totais, excluindo frutas "in natura" e produtos lácteos de baixa caloria.





A **BK BRASIL**, com base na plataforma "A GENTE FAZ DO SEU JEITO", possibilita que seus produtos direcionados às crianças sejam elaborados com as seguintes opções saudáveis que acabam por totalizar uma escolha com no máximo 499 calorias:

- Suco de maçã;
- 4 BK Chicken ou hambúrguer;
- Batata frita pequena; e
- Pedacos de maçã

Dessa maneira, a **BK BRASIL** demonstra todo o seu comprometimento em melhor atender as necessidades de seus clientes, principalmente de seu público infantil, adequando-se e cumprindo com toda a legislação vigente.

Dessa forma, a **BK BRASIL**, expõe à **ALANA** que não infringiu qualquer lei ou norma e se coloca à disposição para sanar eventuais dúvidas e ainda, demonstra todo o seu interesse em discutir eventuais melhorias nas práticas de marketing da marca Burger King®.

Colocadas essas ressalvas, a **BK BRASIL** solicita o agendamento de uma reunião para que as partes possam tratar do assunto.

Sendo o que nos cabia para o momento, colocamo-nos à disposição para eventuais esclarecimentos adicionais que se fizerem necessários.

Fabio Chaves de Aruda Alves
Diretor Jurídico

BK BRASIL OPERAÇÃO E ASSESSORIA A RESTAURANTES S.A