

# PUBLICIDAD

## PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS

En la siguiente infografía se busca promover el cumplimiento del marco jurídico en materia de publicidad de bebidas alcohólicas. En caso de tener alguna duda adicional, agradeceremos que nos la hagan llegar al correo [salimentos@canacindra.org.mx](mailto:salimentos@canacindra.org.mx) y les invitamos a visitar nuestra página web [www.rama27.org](http://www.rama27.org) para conocer más sobre el marco jurídico y buenas prácticas para las bebidas alcohólicas.

### 1. MARCO JURÍDICO



La publicidad de las bebidas alcohólicas se regula atendiendo las siguientes leyes y reglamentos:

Ley General de Salud. (LGS)

Ley Federal de Protección al Consumidor. (LFPC)

Reglamento de la Ley General de Salud en materia de publicidad. (RLGSMP)

Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor. (RLFPC)

### 2. ¿QUÉ ME OBLIGA A TENER UN PERMISO DE PUBLICIDAD?



En la Ley General de Salud se establece que **toda la publicidad de bebidas alcohólicas requiere un permiso publicitario** (art. 301 LGS). Asimismo, define la publicidad como la actividad que comprende todo proceso de creación, planificación, ejecución y difusión de anuncios publicitarios en los medios de comunicación (cine, radio, televisión, espectaculares, redes sociales, artículos promocionales, entre otros) con el fin de promover la venta o consumo de productos y servicios. (art. 301 LGS).

#### ¿QUÉ REQUIERE PERMISO DE PUBLICIDAD?

Cuando se incluye en el estuche de una bebida alcohólica un **“artículo promocional”** (objeto que se obsequia al público y que contiene impresa la marca, nombre, logotipo o frase publicitaria de algún producto), se requiere de Permiso de Publicidad.

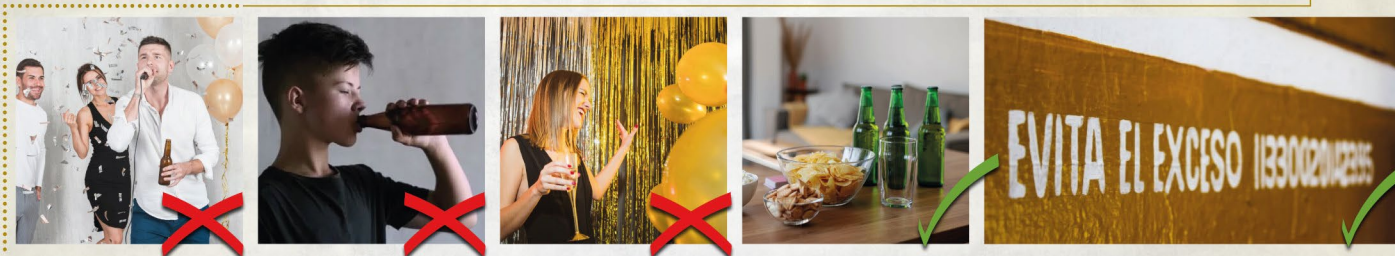
Cuando se incluye en el estuche de una bebida alcohólica un “artículo promocional” (**objeto que se obsequia al público** y que contiene impresa la marca, nombre, logotipo o frases publicitarias de algún producto), se requiere Permiso de Publicidad.

Esto se enmarca en los artículos 32 y 2, fracción IV del RLGSMF:

**El uso de** razones sociales, nombres comerciales, **marcas**, emblemas, rúbricas o **cualquier tipo de señal visual** o auditiva, que **identifiquen a las bebidas alcohólicas** .., se sujetará a lo dispuesto por la Ley, el presente Reglamento y demás normatividad aplicable”. (RLGSMP Art. 32)

Artículo promocional, al **objeto que se obsequia al público** y que **contiene impresa la marca, nombre, logotipo o frase publicitaria de algún producto o servicio...**”. (RLGSMP Art. 2 Fracc. IV)

### 3. ¿QUÉ SÍ Y QUÉ NO SE PUEDE HACER EN LA PUBLICIDAD?



#### LA PUBLICIDAD NO DEBERÁ:

- Asociarse con bienestar o con celebraciones cívicas o religiosas
- Asociarse con ideas o imágenes de mayor éxito en la vida afectiva y sexualidad de las personas, o hacer exaltación de prestigio social, virilidad o femineidad
- Asociarse con actividades creativas, deportivas, del hogar o del trabajo, ni emplear imperativos que induzcan directamente a su consumo
- Incluir la participación de niños o adolescentes o dirigirse a ellos
- No podrán ingerirse o consumirse real o aparentemente los productos de que se trata
- No podrán participar personas menores de 25 años
- No atribuir propiedades nutritivas, sedantes, estimulantes o desinhibidoras
- No promover el producto a través de sorteos, concursos o coleccionables, dirigidos a menores de edad
- No utilizar artículos promocionales dirigidos a menores de edad, relacionados con material escolar o caricaturas y
- No utilizar deportistas reconocidos o a personas con equipos o vestuario deportivo

## LA PUBLICIDAD SÍ PUEDE:

- Únicamente podrán incluirse escenas en las que se sirva producto sin la presencia de ningún ser humano
- Incluir las leyendas de publicidad otorgada por la Secretaría de Salud
- En la publicidad de bebidas alcohólicas se debe incluir las leyendas prevista en la Ley General de Salud, o en su caso la leyenda EVITE EL EXCESO
- En caso de que la Autoridad Sanitaria lo requiera, el anunciante deberá comprobar las aseveraciones que realice en su, para lo cual deberá presentar la información técnica y científica que la COFEPRIS le solicite
- Se establecen duraciones mínimas y tamaño para las leyendas a establecerse en cine, televisión y espectaculares



## HAY QUE EVITAR LA CONFUSIÓN DEL CONSUMIDOR

La **publicidad relativa** a bienes, **productos** o servicios que **se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que**

**induzcan o puedan inducir a error o confusión** por engañosas o abusivas.

Se entiende por publicidad engañosa o abusiva aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, inducen a error o confusión al consumidor por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.

Para cumplir con su tarea, PROFECO publicó en el DOF el 24 de julio de 2012 los **Lineamientos para el Análisis y Verificación de la información y Publicidad** que señala que la PROFECO puede vigilar la publicidad que se difunda en el territorio nacional para evitar que se difunda publicidad engañosa que pueda ser: **falsa, inexacta, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa y establece medidas precautorias y sanciones.**

Lineamientos para el Análisis y Verificación de la información y Publicidad  
[https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5260762&fecha=24/07/2012#gsc.tab=0](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5260762&fecha=24/07/2012#gsc.tab=0)

#### 4. ¿CÓMO TRAMITO EL PERMISO DE PUBLICIDAD?



Para obtener el “Permiso de Publicidad” para bebidas alcohólicas, se deberá presentar a la COFEPRIS el trámite Homoclave COFEPRIS-02-001-A. Permiso de Publicidad, Modalidad A.- Productos y Servicios.

Formato Productos y servicios (COFEPRIS-02-001-A)

<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/652237/COFEPRIS-02-001-A.pdf>

A la Solicitud de Permiso Publicitario se deberá acompañar lo siguiente:

- El proyecto Publicitario, en dos tantos (preferentemente a color).
- En caso de redes sociales presentar el proyecto de publicidad con carta explicativa de lo que va a formar parte de la Plataforma.
- La documentación que dé sustento a las afirmaciones hechas en la publicidad.
- Copia del Aviso de Funcionamiento (en el cual se dio de alta el producto, es importante mencionar que la denominación y marca del producto debe de coincidir con lo declarado tanto en la Solicitud como en el Aviso de Funcionamiento)

Aviso a la COFEPRIS de funcionamiento y de responsable sanitario del establecimiento de servicios de salud:

<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/770675/COFEPRIS-05-019.pdf>

- Original y 2 copias del comprobante de pago de derechos

#### 5. ¿CUÁNTO CUESTA EL TRÁMITE DEL PERMISO DE PUBLICIDAD?

Tarifas vigentes del 01 de enero al 31 de diciembre de 2024, y se pueden consultar en la siguiente liga de internet:

<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/880609/TarifasDePago2024.pdf>

CLAVE DE PAGO	MEDIO PUBLICITARIO	IMPORTE
400107	Televisión e internet	<b>\$64,969.00</b>
400107	Cine, video en lugares públicos cerrados y en medios de transporte público	<b>\$9,042.00</b>
400107	Radio	<b>\$2,142.00</b>
400107	Folletos, catálogos, carteles y otros medios similares (impresos con superficies menores a 1m2)	<b>\$1,475.00</b>
400107	Anuncios en exteriores (impresos con superficie mayor de 1m2)	<b>\$11,421.00</b>

## 6. ¿CÓMO SÉ QUE ME HAN ACEPTADO EL TRÁMITE?

- a. Me dieron un número de autorización
- b. Afirmativa ficta
- c. Me rechazaron la publicidad.

El plazo de la COFEPRIS para emitir respuesta a la Solitud de Permiso de Publicidad es de 20 días hábiles.

Una vez transcurrido el plazo de respuesta sin que la Secretaría emita una resolución, el permiso se tendrá por otorgado, y por lo tanto se podría difundir la publicidad (para lo cual se recomienda incluir el número SSA que se otorgó al trámite al presentar la Solicitud).

Si la publicidad es rechazada el motivo podría argumentarse porque podría crear confusión, y en su lugar indicar que en caso de que emita un oficio de respuesta de negativa al otorgamiento del Permiso de Publicidad para bebidas alcohólicas, se tendría que volver a presentar a la COFEPRIS una nueva Solicitud de Permiso Publicitario pagando nuevamente los derechos, y de ser el caso eliminar del proyecto publicitario las leyendas, frases, o imágenes que la Autoridad Sanitaria consideró que incumplen con la normatividad sanitaria.

## 7. PATROCINIO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

**El patrocinio, es el respaldo económico otorgado para la promoción de una persona física o moral o para la realización de una actividad o evento.**

**Las empresas productoras o distribuidoras de bebidas de contenido alcohólico bajo** (bebidas con un contenido alcohólico de 2,0% y hasta 6,0% en volumen) **sí podrán patrocinar actividades deportivas y eventos creativos,** y las de **bebidas de contenido alcohólico medio y alto, únicamente eventos creativos.**

En el patrocinio se deberá incluir la frase: **“Patrocinado por...” seguida** de la marca, identificación corporativa o razón social del anunciante.

El Patrocinio de bebidas alcohólicas se encuentra sujeto a las mismas prohibiciones que su publicidad.

## 8. VIGILANCIA

### COFEPRIS

- La vigilancia sanitaria tratándose de publicidad de las de las bebidas alcohólicas, se realizará a través de **visitas de verificación, o de informes de verificación.**
- Cuando la autoridad sanitaria detecte alguna publicidad que no cumpla con el marco jurídico elaborará un informe detallado con las irregularidades detectadas.
- La COFEPRIS podrá ordenar la suspensión de la publicidad:
  - Cuando se viole el marco jurídico aplicable (no contar con permiso o con los requisitos de la LGS y su Reglamento).
  - Cuando la COFEPRIS determine que el contenido de los mensajes afecte o incite a actos que puedan afectar la salud pública.
- Suspensión de la publicidad de bebidas alcohólicas. En estos casos, **los responsables de la publicidad deberán:**
  - **Proceder a suspender la publicidad, dentro de las veinticuatro horas siguientes a la notificación de la medida de seguridad.**
  - En caso de **publicaciones periódicas, la suspensión surtirá efectos a partir del siguiente ejemplar en el que apareció el mensaje.**

### PROFECO

Sin perjuicio de la intervención que otras disposiciones legales asignen a distintas dependencias, la PROFECO podrá:

Ordenar al proveedor que suspenda la publicidad que viole las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y, en su caso, al medio que la difunda;

- Ordenar que se corrija la información o publicidad que viole las disposiciones de la LFPC en la forma en que se estime suficiente
- Imponer las sanciones que correspondan, en términos de esta ley.

Para los efectos de lo anterior, la PROFECO deberá conceder al infractor la garantía de audiencia a que se refiere el artículo 123 de la Ley Federal de protección al Consumidor.

## 9. RECOMENDACIONES PARA VISITAS DE VERIFICACIÓN

- a. Que el verificador presente una orden de visita y que los datos sean correctos;
- b. Si no está disponible el representante legal se sugiere solicitar a la autoridad que deje citatorio y regrese después;
- c. No dejar solo al verificador y acompañarlo en todo momento;
- d. Tener disponible el aviso de funcionamiento, bitácoras, constancias de cumplimiento; informes de laboratorio;
- e. Tener identificados los productos (muestras, producto para exportación, producto para destrucción, etc);
- f. Realizar las manifestaciones u observaciones que se consideren pertinentes;
- g. Asentar en el acta (**me reservo el derecho para realizar futuras manifestaciones**);
- h. Presentar observaciones al acta a los 5 días de la visita.

## 10. INFLUENCERS



El día 21 de agosto de 2023, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el **“Acuerdo por el que se da a conocer la Guía de publicidad para influencers de la Procuraduría Federal del Consumidor”**.

Guía de publicidad para influencers de la Procuraduría Federal del Consumidor  
<https://www.profeco.gob.mx/influencers/doc/Profeco-GuiadePublicidadparaInfluencers.pdf>

### ¿QUÉ SE CONSIDERA PUBLICIDAD?

- De acuerdo con la Guía, publicidad es toda la información de bienes, productos o servicios que sea difundida por cualquier medio, lo que incluye a las plataformas digitales y redes sociales.
- Si el influencer o creador de contenido es invitado a algún evento o viaje, le regalan productos o recibe algún beneficio que no sea económico y comparte sus experiencias a través de sus plataformas o redes sociales también se considera publicidad.

## REQUISITOS DE LA PUBLICIDAD

El contenido de la publicidad deberá ser veraz, comprobable, claro e **indudable**.

## LA PUBLICIDAD NO DEBE CONTENER DESCRIPCIONES ENGAÑOSAS O ABUSIVAS

- El influencer procurará que la opinión del producto o servicio se limite a la experiencia del influencer y/o creador de contenido, siendo auténtica, fidedigna y reciente. Asimismo, la guía en comento sugiere que es válido opinar si la experiencia no fue buena.
- La guía recomienda que los influencers informen claramente **si se trata de una publicidad pagada o si existe algún tipo de relación o beneficio con la empresa responsable**.

También, el 4 de septiembre de 2024 **Consejo Consultivo de Publicidad** que encabeza la **Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris)**, presentó la **Guía de roles y responsabilidades de una publicidad por influencia (Grrupi)**, en el marco del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

Guía de roles y responsabilidades de una publicidad por influencia (Grrupi) a [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/941998/CONSEJO\\_PUBLICIDAD\\_GUIA\\_2024\\_Final.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/941998/CONSEJO_PUBLICIDAD_GUIA_2024_Final.pdf)

En esta guía se propone un checklist autoevaluatorio para la publicidad con influencers de bebidas alcohólicas:

- ¿Colocas una leyenda con un mensaje de responsabilidad y conciencia sanitaria respecto al consumo de estos productos? - La publicidad de los productos y servicios de bebidas alcohólicas deben de contener la leyenda precautoria: **“El abuso en el consumo de este producto es nocivo para la salud”**
- ¿Rechazas la colaboración publicitaria si te sugieren manipular o consumir el producto en forma real o aparentemente?
- ¿En tu contenido no se promueve el abuso?
- ¿Evitas publicidad el uso del producto, en especial si el mensaje va dirigido a menores de edad?
- ¿En tu publicidad nunca relacionas el producto a sorteos, concursos, eventos deportivos y actividades de entretenimiento?

**COFEPRIS REALIZA UN RECORDATORIO:** cualquier persona puede denunciarte ante Cofepris y proporcionar datos que permitan identificar el hecho, acto u omisión que a su juicio represente un riesgo o provoque un daño a la salud de la población.



## 11. MEJORES PRÁCTICAS

Como parte de las mejores prácticas y promoción de la prevención del uso nocivo del alcohol recomendamos, además del cumplimiento de la regulación, promovemos los siguientes compromisos:

- Incluir siempre en la publicidad la página de [www.alcoholinformate.org.mx](http://www.alcoholinformate.org.mx) a fin de acercar a los consumidores y personas interesadas en conocer más sobre la prevención del uso nocivo del alcohol.
- Al contratar a una o un modelo, asegurarse que esta persona es mayor de 25 años edad y se ve como una persona mayor de edad.
- Si vas a organizar un festival o vendimia, asegúrate que la publicidad esté debidamente registrada cuando se presentan marcas de bebidas alcohólicas.