

LÍNEAS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA SOBRE

LINEAMIENTOS DE PUBLICIDAD¹ PARA ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

1. Los Lineamientos de Publicidad para las categorías que se describen a continuación, entraron en vigor el 15 de julio de 2014 para los horarios infantiles establecidos en el artículo 3º de dichos Lineamientos, conforme a lo previsto en el artículo Segundo Transitorio² de este ordenamiento:
 - a. Bebidas saborizadas, definidas en el artículo 2º, fracción II bis 2, del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios (RCSPS).
 - b. Botanas, definidas en el artículo 2º, fracción II bis 3, del RCSPS.
 - c. Chocolates y productos similares al chocolate, definidos en el artículo 2º, fracción II bis 4 y fracción IX bis, respectivamente, del RCSPS.
 - d. Confeitería, definidas en el artículo DÉCIMO CUARTO del acuerdo de lineamientos de publicidad³ de fecha 15 de abril de 2014, mismo que entró en vigor al día siguiente de su publicación.

La industria regulada ratifica el cumplimiento estricto de estas disposiciones.

2. La COFEPRIS confirma que para efectos de la implementación de los Lineamientos de Publicidad para la categoría 9 denominada “Bebidas Saborizadas”, quedan comprendidas en esta categoría todos aquellos productos que contengan la disolución en agua de alguno de los siguientes elementos:
 - a. Edulcorantes y/o azúcares.
 - b. Saborizantes (naturales y/o artificiales).
 - c. Ingredientes y aditivos.
 - d. Que pueden estar o no carbonatados.

Conforme a esta definición, quedan comprendidos los refrescos denominados light, zero o cualquier otro que esté compuesto por edulcorantes no calóricos artificiales.

3. La COFEPRIS confirma que para efectos de la implementación de la subcategoría “a”, de la categoría 9, denominada “Bebidas Saborizadas de Bajo Contenido Energético”, éstas son aplicables para todos aquellos productos que cumplan con el criterio nutrimental establecido en los Lineamientos de Publicidad y que además cumplan con los siguientes elementos:

¹ Lineamientos por los que se dan a conocer los criterios nutrimentales y de publicidad que deberán observar los anunciantes de alimentos y bebidas no alcohólicas para publicitar sus productos en televisión abierta y restringida, así como en salas de exhibición cinematográfica, conforme a lo dispuesto en los artículos 22 bis, 79, fracción x y 86, fracción vi, del reglamento de la ley general de salud en materia de publicidad.

² Establece lo siguiente: “SEGUNDO. Las disposiciones contenidas en los presentes lineamientos, respecto de los productos considerados como botanas, bebidas saborizadas, chocolates, productos similares a chocolates y productos de confitería, en términos del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, entrarán en vigor a los 90 días, contados a partir del día siguiente al de la publicación en el Diario Oficial de la Federación de los presentes lineamientos”.

³ Acuerdo por el que se emiten los lineamientos a que se refiere el artículo 25 del reglamento de control sanitario de productos y servicios que deberán observar los productores de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasadas para efectos de la información que deberán ostentar en el área frontal de exhibición, así como los criterios y las características para la obtención y uso del distintivo nutrimental a que se refiere el artículo 25 bis del reglamento de control sanitario de productos y servicios.

- a. Contener azúcares (<5 gr/100 ml) en mayor proporción que los edulcorantes no calóricos, y contener ingredientes que aporten nutrimentos (jugos, pulpas, etc.), y/o
 - b. Contener vitaminas y/o minerales conforme a la NOM-086-SSA1-1994, numeral 6.2, titulada “Bienes y Servicios. Alimentos y Bebidas no Alcohólicas con modificación en su composición. Especificaciones nutrimentales”, y
 - c. No contener taurina o glucoronolactona o tiamina y/o cualquier otra sustancia que produzca efectos estimulantes similares.
4. La publicidad de los productos que no sean chocolate o productos similares a chocolate conforme lo establecido en la NOM-186-SSA1/SCFI-2013, y que contengan chocolate, pasta de cacao, cocoa, manteca de cacao o saborizante a chocolate, se regirán conforme al criterio nutricional que les corresponda de acuerdo a lo establecido en los artículos Segundo⁴ de los Lineamientos de Publicidad y con lo previsto en el artículo Tercero Transitorio⁵ de dichos Lineamientos.

Dicha publicidad deberá referirse al producto de cuya categoría se trate y no deberá confundir al consumidor ofreciendo un chocolate.

5. La publicidad de los productos sujetos a los Lineamientos de Publicidad deberá ser congruente con sus características y especificaciones, para no inducir a creer explícita o implícitamente que cuentan con los ingredientes o las propiedades de los cuales carecen, de acuerdo a lo previsto en el artículo 6 del Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad (RLGSMP).

Se considerará que la publicidad no corresponde a la calidad sanitaria, origen, pureza, conservación, propiedades nutritivas y beneficios de empleo de los productos, cuando induzcan al error, exageren características o propiedades, de acuerdo a lo previsto en el artículo 9 del RLGSMF.

⁴ Regula criterios nutrimentales de productos clasificados en 12 categorías.

⁵ Establece lo siguiente: “TERCERO. Las disposiciones contenidas en los presente lineamientos, respecto de categorías de productos distintas a las señaladas en el Segundo Transitorio de los presentes lineamientos, surtirán efecto a partir del 1º de enero de 2015”.