

Comunicado número 133
Ciudad de México, 8 de diciembre de 2016

COFEPRIS Y ASOCIACIONES FIRMAN ALIANZA PARA LA PUBLICIDAD DIGITAL

- **El objetivo, fortalecer la ética, la autorregulación y evitar la publicidad engañosa de productos y servicios para la salud**
- **Participaron en la firma la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad Farmacéutica, la Asociación de Internet.mx y la Asociación Interactiva en Publicidad**
- **Con estas acciones se avanza en la protección de la salud de la población**

La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) firmó este jueves la “Alianza para la Publicidad Digital” con la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad Farmacéutica (AMAPF), la Asociación de Internet.mx y la Asociación Interactiva en Publicidad (IABMX), con el objetivo de fortalecer la ética y evitar la publicidad engañosa en Internet de productos y servicios para la salud.

El convenio permitirá impulsar acciones de colaboración en materia de publicidad digital y fomentar la autorregulación, en favor de los consumidores finales de medicamentos y productos relacionados con el cuidado de la salud.

Durante la firma del convenio, el Comisionado Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, Julio Sánchez y Tépoz, aseguró que “con este mecanismo se busca que la información que se brinda a la sociedad a través de la publicidad digital sea mucho más clara y transparente, con la finalidad de contribuir a una mejor decisión de compra que permita el cuidado de la salud y de la economía familiar”.

Explicó que las partes convinieron impulsar el código de ética para la difusión de publicidad, así como promover y fortalecer el acceso de la población a información objetiva sobre los diferentes productos y servicios que se ofertan en la web.

Se tiene previsto realizar mesas de trabajo conjuntas, actualización en temas de publicidad digital y labores de capacitación, a fin de fomentar la investigación y generar criterios en materia de publicidad digital.

La COFEPRIS ha fortalecido la figura de *Copy Advice* como un mecanismo de consulta gratuita, voluntaria, confidencial y no vinculante de anuncios publicitarios, previo a la solicitud



formal de autorización y difusión, lo que ha permitido reducir tiempos y optimizar recursos para todos los actores.

En la firma del convenio participaron Carlos Escalante Rangel y Ángel Bosch Torrano por la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad Farmacéutica, Enrique Culebro Karam del Comité de Marketing y Publicidad de la Asociación de Internet.mx, así como Gabriel Richaud Falcón de la Asociación Interactiva en Publicidad, quienes se comprometieron a impulsar a través de sus asociaciones las mejores prácticas en temas de publicidad digital dirigida al público consumidor y reconocieron la labor que desarrolla la COFEPRIS en materia de regulación para favorecer la salud de la población.

ooOOoo