Contacto CONAMER IBDLR-B000250762

De: Manuel Cardona Z. <mcardona@antad.org.mx>
Enviado el: jueves, 20 de marzo de 2025 01:49 p. m.
Para: Contacto CONAMER
Asunto: ANTAD COMENTARIOS ANTEPROYECTO 58537 LINEAMIENTOS PUBLICITAR ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS
Datos adjuntos: Cuadro ANTAD Lineamientos de Publicidad.docx

Marca de seguimiento: Seguimiento
Estado de marca: Completado

Adjunto comentarios al ANTEPROYECTO 58537 LINEAMIENTO PARA PUBLICITAR ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

QUEDO ATENTO

ANTAD
Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C.

Manuel Cardona Zapata
Director de Relaciones con Gobierno
Tel.: 55 5580 9949
mcardona@antad.org.mx
antad.net @ANTADMx @antadmexico

expo ANTAD 2025

ANTAD - This email has been scanned by the Symantec Email Security.cloud service.

COMISIÓN NACIONAL DE MEJORA REGULATORIA
CONTROL DE GESTIÓN
20 MAR 2025
RECIBIDO
RÚBRICA 13:49

Redacción	Propuesta de Ajuste	Comentarios
PRIMERO.- Los presentes Lineamientos tienen por objeto establecer los requisitos y procedimientos que deberán observar los responsables de la publicidad, anunciantes, agencias de publicidad y medios de difusión para obtener el permiso para publicitar alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados en televisión abierta y restringida, salas de exhibición cinematográfica, internet y demás plataformas digitales, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 22 Bis, 24 Bis y 79, fracción X del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, y en apego al principio del interés superior de la niñez establecido en el artículo 4o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Los requisitos y procedimientos establecidos en los presentes Lineamientos son de cumplimiento obligatorio para los responsables de la publicidad, anunciantes, agencias de publicidad y medios de difusión de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados, en términos de lo dispuesto por los artículos 305 de la Ley General de Salud; 78, 79 y 80 del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, sin menoscabo de las facultades que en materia de contenidos correspondan a otras autoridades, de conformidad con la legislación aplicable.		
SEGUNDO.- Para efectos de los presentes Lineamientos, se entenderá por: I. **Animaciones:** Elementos visuales a los que se dota de características físicas, comportamiento humano a objetos, seres no humanos o elementos inanimados y que a través de una técnica permite generar la sensación de movimiento; II. **Celebridades:** Personas famosas o ampliamente reconocidas que sean susceptibles de ser identificadas por el público infantil;		

III.	**COFEPRIS**: Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios;		
IV.	**Descargas digitales:** Transferencia de información como textos, imágenes, sonidos, videos, a través de una red informática o internet;		
V.	**Dibujos animados:** Figuras o personajes delineados o trazados, estáticos o no, que generan la sensación de movimiento;		
VI.	**Juegos visual-espaciales:** Elementos interactivos que conllevan a una actividad para divertir y entretener a las niñas y los niños;		
VII.	**Mascotas:** Animales, cosas o figuras con características reales o ficticias, a las cuales se les dota de personalidad o características humanas;		
VIII.	**Modificación a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010:** Modificación a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados-información comercial y sanitaria publicada el 5 de abril de 2010. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de marzo de 2020;		
IX.	**Personajes infantiles:** Persona, animal o cosa, real o ficticia que, de manera animada o inanimada, cuenta con características físicas o de comportamiento distintivas que son identificados o reconocidos por las niñas y los niños;		
X.	**Publicidad Directa**: El anuncio publicitario creado y difundido a través de medios de comunicación, que informa de manera explícita sobre la existencia y características de un producto para promover su venta o consumo.	XV.	**Publicidad Directa**: El anuncio publicitario creado y difundido a través de medios de comunicación, que informa de manera explícita sobre la existencia y características de un producto para

XI. **Publicidad Indirecta**: a. El uso de razones sociales, nombres comerciales, marcas, emblemas, rúbricas o cualquier tipo de señal visual o auditiva claramente asociados a los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados; b. Cuando el producto aparezca en una escena o imagen del anuncio publicitario, aun cuando no se interactúe o se haga mención de éste, y c. Cuando se mencione el nombre del producto o se consuma real o aparentemente, se den a conocer características o beneficios del producto, aun cuando este no aparezca en el anuncio publicitario. XII. **Reglamento:** Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad; XIII. **Secretaría:** Secretaría de Salud, y XIV. **Sistema de etiquetado frontal:** Sistema de información situado en la superficie principal de exhibición, el cual muestra de manera veraz, directa, clara, sencilla y visible, cuando un producto preenvasado presenta un contenido en exceso de energía, nutrimentos críticos e ingredientes que representen un riesgo a la salud en un consumo excesivo, y el cual comprende los sellos y las leyendas precautorias establecidas en la normatividad aplicable.	promover su venta o consumo. Exceptuando la simple catalogación u oferta en portales de comercio electrónico	
TERCERO.- Será objeto de permiso la publicidad directa o indirecta de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados cuando su etiqueta incluya uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal establecido en la Modificación a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010.		