Contacto CONAMER SBDLR-B000250786

De: César Orozco <cesar.orozco@cnmaiz.org.mx>
Enviado el: viernes, 21 de marzo de 2025 03:47 p. m.
Para: Contacto CONAMER
CC: Esteban Jaramillo; CANAMI
Asunto: COMENTARIOS DE LA CANAMI AL EXPEDIENTE 02/0008/190325
Datos adjuntos: Comentarios de la CANAMI a Lineamientos de Publicidad 2025.pdf

A quien corresponda,

Por este medio hacemos llegar los comentarios de la Cámara Nacional del Maíz Industrializado (CANAMI) a la propuesta regulatoria con número de expediente 02/0008/190325, correspondiente a los **Lineamientos por los que se establecen 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.**

Lo anterior, en cumplimiento del periodo de consulta pública establecido en la Ley General de Mejora Regulatoria y como parte del proceso de mejora regulatoria a cargo de la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria (CONAMER).

Atentamente

Cámara Nacional del Maíz Industrializado (CANAMI)

COMISIÓN NACIONAL DE MEJORA REGULATORIA
CONTROL DE GESTIÓN
21 MAR 2025
RECIBIDO
RÚBRICA 15:47

Comentarios de la Cámara Nacional del Maíz Industrializado a los Lineamientos por los que se establecen 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.

A. Comentarios Generales

La Cámara Nacional del Maíz Industrializado (CANAMI) externa su preocupación con respecto al diseño de la propuesta regulatoria presentada por la COFEPRIS y los beneficios e impacto que generarán en la economía y la sana competencia.

Actualmente los parámetros de evaluación de nutrimentos críticos establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 no son totalmente eficientes y no permiten determinar con total transparencia y veracidad que productos realmente contienen un exceso de nutrimentos críticos.

Por lo anterior, implementar una regulación restrictiva hacia los alimentos y bebidas con base a una evaluación de nutrimentos críticos que puede mejorarse y ser más veraz para los consumidores, no generará un impacto positivo en los esfuerzos que hacen las empresas por reducir la cantidad de nutrimentos críticos en sus productos, pero al tener una evaluación tan restrictiva, no es posible generar condiciones de competencia e innovación en el sector.

Asimismo, las empresas han invertido en publicidad que debe ser planeada con una anticipación debida y que incluye elementos que ahora se propone restringir, lo cual genera pérdidas económicas para las empresas y una incertidumbre jurídica al generarse cambios regulatorios sin una adecuada consulta pública, transparencia, participación y consenso y en un periodo corto de tiempo, y sin un plazo de entrada en vigor que permita a las empresas poder hacer las adecuaciones en sus políticas de publicidad y mercadotecnia.

Es indispensable que cualquier propuesta de regulación otorgue un plazo mínimo de entrada en vigor de 6 meses para que las empresas puedan hacer las adecuaciones necesarias y la autoridad federal genere certidumbre en el sector privado, ya que estas regulaciones con entrada en vigor al día siguiente crean un ambiente de incertidumbre regulatoria en el país, lo que impacta en las inversiones, generación de empleo y, por ende, en el crecimiento económico del país.

B. Comentarios al Análisis de Impacto Regulatorio

En el apartado III. Impacto de la Regulación, no se realizó un ejercicio adecuado para determinar los costos en la implementación de estos Lineamientos, ya que se debe considerar:

a) Número de campañas publicitarias que las empresas del sector alimentos y bebidas no alcohólicas tienen con un pago de inversión efectuado y que no podrán implementarse con la entrada en vigor de estos Lineamientos

b) Monto total de la inversión en campañas publicitarias que están en proceso de implementación

c) Pérdidas económicas en los medios de comunicación por dejar de vender publicidad a las empresas de alimentos y bebidas no alcohólicas.

d) Opciones de alimentos y bebidas no alcohólicas que no colocan ningún elemento del sistema de etiquetado frontal de advertencia y que pueden publicitarse para determinar si es económicamente viable para los medios de comunicación o se cumple con el objetivo de informar verazmente a los consumidores.
e) Impacto económico en las inversiones por la incertidumbre jurídica y regulatoria que las autoridades federales implementan con regulaciones que no ofrecen una entrada en vigor mínima de 6 meses conforme a los acuerdos comerciales firmados por México.

C. Comentarios a la Propuesta Regulatoria (Lineamientos)

Dice	Debe Decir	Justificación
II. Celebridades: Personas famosas o ampliamente reconocidas que sean susceptibles de ser identificadas por el público infantil;	Eliminar	Las celebridades no tienen un público en particular, por lo que será muy complicado para la autoridad y para los particulares poder determinar que celebridad tiene un impacto en el público infantil, ya que ahora con la apertura al internet, música y redes sociales cualquier celebridad puede llegar a un público infantil
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;	Eliminar	La definición de personajes infantiles, deja totalmente abierta a toda posibilidad de diseño, aunque no vaya dirigida a un público infantil, los elementos que vienen en esa definición también son usados en un público de adultos, por lo que será muy complicado para la autoridad y para los particulares poder determinar que elementos tienen un impacto en el público infantil, ya que ahora con la apertura al internet, música y redes sociales cualquier tipo de elementos puede llegar a un público infantil
TERCERO.- Será objeto de permiso la publicidad directa o indirecta de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados cuando su etiqueta incluya	TERCERO.- Será objeto de permiso la publicidad directa o indirecta de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados cuando su etiqueta incluya	Como se explicó en el apartado A. de comentarios generales, actualmente la evaluación de nutrimentos críticos y la tabla de perfiles nutrimentales de la

Dice	Debe Decir	Justificación
uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal establecido en la Modificación a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010.	**tres o más elementos** del sistema de etiquetado frontal establecido en la Modificación a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010.	modificación a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 no permiten determinar con veracidad los productos que contienen realmente un exceso de nutrimentos críticos, por lo que solamente pudiéramos determinar que un producto con 3 o más elementos pudiera caer en mayores elementos, y no solamente 1 elemento, lo cual es desproporcionado a lo que se busca con esta política.
QUINTO.- La publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados que en su etiqueta incluyan uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal establecido en la Modificación a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010, no deberá:	QUINTO.- La publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados que en su etiqueta incluyan **tres o más elementos** del sistema de etiquetado frontal establecido en la Modificación a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010, no deberá:	Como se explicó en el apartado A. de comentarios generales, actualmente la evaluación de nutrimentos críticos y la tabla de perfiles nutrimentales de la modificación a la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 no permiten determinar con veracidad los productos que contienen realmente un exceso de nutrimentos críticos, por lo que solamente pudiéramos determinar que un producto con 3 o más elementos pudiera caer en mayores elementos, y no solamente 1 elemento, lo cual es desproporcionado a lo que se busca con esta política
NOVENO.- Recibida la solicitud del permiso de publicidad, de conformidad con el Reglamento, la Secretaría tendrá hasta veinte días hábiles para emitir la resolución correspondiente.	NOVENO.- Recibida la solicitud del permiso de publicidad, se resolverá en **un plazo máximo de 5 días hábiles** de conformidad con el Reglamento para emitir la resolución correspondiente.	Este trámite debe formar parte de las acciones de digitalización y simplificación administrativa que estará impulsando el gobierno federal a través de la reforma constitucional y leyes secundarias, por lo que establecer un plazo de 20 días hábiles no va

Dice	Debe Decir	Justificación
		conforme esta política del Ejecutivo federal.
Transitorios PRIMERO. Los presentes Lineamientos entrarán en vigor al siguiente día hábil de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.	Transitorios PRIMERO. Los presentes Lineamientos entrarán en vigor **a los 180 días naturales** siguientes al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.	Conforme a la Organización Mundial del Comercio y el T-MEC se solicita a los países que den un plazo mínimo de entrada en vigor a sus regulaciones de 6 meses para evitar riesgos y costos en las empresas, así como fomentar la certidumbre regulatoria.

Atentamente

Lic. Esteban Jaramillo Reyes
Director General