



Firman convenio COFEPRIS y CANIPEC a favor de una publicidad cada día más veraz y ética en beneficio de los consumidores

- **Realizarán acciones conjuntas para combatir la publicidad engañosa.**
- **“Frente común en contra de la ilegalidad y competencia desleal”:**
Mikel Arriola



México, DF a 12 de diciembre de 2011.- La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) y la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC) firmaron un convenio de colaboración para establecer reglas claras en la publicidad de productos cosméticos en beneficio del público consumidor.

A través de este convenio, la autoridad sanitaria y la industria cosmética se comprometen a realizar acciones

conjuntas y coordinadas para promover entre sus afiliados y no afiliados prácticas sanas en materia de publicidad en armonía con el marco jurídico internacional y establecer compromisos claros que permitan desarrollar procesos que permitan corregir la publicidad de aquellos productos que exageran sus características o propiedades.

Mikel Arriola Peñalosa, Comisionado de la COFEPRIS y Laura Bonilla, Presidente de la CANIPEC, signaron este acuerdo donde las empresas afiliadas a la cámara de la industria cosmética se comprometen a aportar tanto su experiencia como la información necesaria a las autoridades para agilizar los procesos que permitan regular la comercialización de los productos que exageran sus características o propiedades.

El comisionado reconoció la labor de la Cámara y el diálogo directo que han establecido con la misma, para avanzar de forma exitosa en los temas referentes al marco regulatorio.



“Hemos emprendido una exhaustiva labor en el tema de los llamados productos milagro, porque no se puede permitir que existan empresas que realicen prácticas de



esta índole. Para ello, debe haber reglas claras y trabajar en un frente común contra la ilegalidad y competencia desleal.”, puntualizó.

Por su parte, Laura Bonilla, Presidente de la CANIPEC, señaló que con la firma de este convenio, la Cámara adquiere el compromiso de constituirse como el órgano de consulta de la dependencia federal, en materia de publicidad, por lo que compartirá información sobre la actividad publicitaria de los productos que comprende; al mismo tiempo se reafirma el compromiso que desde el 2009 adquirieron las empresas de CANIPEC con el Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos Cosméticos (Código COSMEP) a favor del consumidor.

Reconoció el esfuerzo de las autoridades para buscar un marco regulatorio mucho más claro que logre combatir los productos que engañan al público consumidor.

“Los consumidores siempre han sido nuestra razón de existir, es por ello que siempre nos hemos manifestado a favor de que los beneficios que se atribuyan a través de la publicidad a los productos cosméticos deben ser consistentes con las funciones propias de este tipo de productos”, concluyó.

El convenio busca aprovechar los beneficios de la autorregulación, con el objeto de coadyuvar la simplificación regulatoria así como obtener beneficios que se establecen en el reglamento de publicidad para obtener los permisos de productos higiénicos.

Desde el 7 de junio pasado se manifestó un cambio en el marco legal para el mercado de los cosméticos, pues las modificaciones registradas en la Ley General de Salud referentes a este tipo de productos, otorga mayor solidez a la industria y más claridad en el momento de clasificar cada producto.

Lo más importante también es que ya se cuenta con normas y reglas claras que funcionan de manera rápida y continua, que abren oportunidades de diálogo y que tras una alineación de criterios, calificaciones y puntos focalizados se puede y se ha avanzado en pro del consumidor.

---000---