



PUBLICIDAD RESPONSABLE EN PRODUCTOS DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR A TRAVÉS DEL CÓDIGO COSMEP DE LA CANIPEC

- ***En siete años, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) aseguró 4 millones 516 mil 560 piezas de productos milagro en 156 operativos realizados en el país.***

Cd. de México, a XX de Agosto de 2017.- Hoy en día, los productos milagro se comercializan cada vez más y con mayor facilidad debido al alcance de las redes sociales y las plataformas de comercio electrónico, pues en este canal de venta se realiza publicidad de “boca en boca” basada en la experiencia de personas que utilizaron o ingirieron este tipo de productos y que, afortunadamente, no sufrieron alguna consecuencia de los mismos; sin embargo, el riesgo que existe en el consumo de estos, es que no están respaldados por las autoridades al no contar con las especificaciones que marca la normatividad, por lo que su uso puede llegar a tener graves consecuencias, tal es el caso de la joven originaria de Monterrey, quien falleció a causa de un paro respiratorio por haber ingerido pastillas para bajar de peso durante un mes.

A raíz de este desafortunado evento, se reforzó la vigilancia sobre este tipo de productos por parte de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) cuya labor en este tema ha sido exhaustiva desde 2009 con el surgimiento de estos productos. En este sentido, la COFEPRIS ha estado publicando alertas en relación con los productos milagro que se encuentran en el mercado, así como realizando campañas informativas para que los usuarios conozcan los riesgos que implica el uso y consumo de estos productos con el fin de proteger a la población.

Como parte de las acciones que realiza la CANIPEC (Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y la Asociación Nacional de la Industria de Productos de Cuidado Personal y Cuidado del Hogar), es que las empresas que los integran realicen el adecuado conocimiento y comprensión de los beneficios de sus productos a través de la publicidad ética.

Carlos Berzunza Director General, comentó “Es aplaudible las acciones de la autoridad para proteger, la seguridad y salud de las personas. Por ello, a través de nuestro Código de Ética y Autorregulación Publicitaria (COSMEP) buscamos coadyuvar con las autoridades en esta labor y promover la generación de una publicidad responsable, veraz y legal entre las empresas adherentes, quienes están comprometidas con la observancia de dicho Código; así como con el compromiso de brindar al consumidor información confiable y de relevancia para apoyarles en la toma de su decisión de compra respecto de productos de cuidado personal y del hogar que cumplan con la normatividad vigente y que se comercializan en el mercado formal.”

Dentro de las recomendaciones para evitar caer en la compra de productos milagro, se destaca:

1. Revisa siempre el empaque o etiqueta, la cual debe contener los ingredientes así como instrucciones de uso y leyendas precautorias, en caso de ser necesarias.
2. En la publicidad de los productos, fíjate que la información sea clara y no te genere confusión respecto a los resultados o beneficios mostrados. En algunos casos la publicidad se ayuda de *disclaimers* o “letras chiquitas” los cuales deben brindarte mayor información sobre lo que te ofrecen.
3. La publicidad de los productos del Cuidado Personal no deberá inducir al consumidor a creer o sugerir que se trata de medicamentos o posicionarse como tales.
4. Compra en establecimientos formales.



5. Evita la compra de productos de cuidado personal que ostentan cualidades curativas, rehabilitadoras o de tratamientos propios de medicamentos, ya que representan un riesgo para la salud pues ofrecen propiedades que no corresponden a su categoría regulatoria y que no han sido acreditadas por la autoridad sanitaria.
6. Pon especial atención a productos de cuidado personal que se promocionan como ofertas o rebajas a un precio extremadamente bajo pues es probable que sean copias o que los frascos se hayan rellenado con otras sustancias que pueden afectar tu salud.

Por último, la CANIPEC es el administrador del Código COSMEP por lo que velará y sancionará su cumplimiento de conformidad con lo establecido en el mismo Código, sus Lineamientos y Reglamento de Aplicación.

ANTECEDENTES

El Código COSMEP nace en 2009 como una distinción de las empresas comprometidas con el consumidor al ofrecer una publicidad legal, respetuosa, digna, veraz y comprobable, en combate a la proliferación de prácticas publicitarias dudosas por atribuir propiedades inconsistentes con la clasificación del producto así como la falta de sustento para demostrar dichas propiedades, es decir, el surgimiento de los “productos milagro”.

En 2014, este compromiso se ve fortalecido pues se amplía el alcance del Código ya que se suma el sector de Cuidado del Hogar y se visualiza como un valor agregado debido a que las empresas consideran que el cumplimiento del Código COSMEP es símbolo de responsabilidad social con el fin de un cambio positivo en la sociedad y la construcción del bien común.

###

Acerca de CANIPEC

CANIPEC –organización empresarial conformada por **la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y por la Asociación Nacional de la Industria de Productos del Cuidado Personal y del Hogar A. C.**– agrupa y representa a los productores, distribuidores y exportadores de este sector cubriendo aproximadamente el 80% del mercado formal mexicano y genera más de 200 mil empleos directos e indirectos. En 2016, reportó exportaciones por más de 3,500 MDD en productos de cuidado personal y cuidado del hogar.

Para mayor información:

www.canipec.org.mx

Twitter: @CanipecMX

Facebook: Canipec

Contacto:

Jesús Mejía

j.mejia@gravitytres.com

5085 8581