

PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

ACUERDO por el que se da a conocer la Guía de publicidad para *influencers* de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- ECONOMÍA.- Secretaría de Economía.- Procuraduría Federal del Consumidor.- Oficina del C. Procurador.

ACUERDO POR EL QUE SE DA A CONOCER LA GUÍA DE PUBLICIDAD PARA *INFLUENCERS* DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

DOCTOR FRANCISCO RICARDO SHEFFIELD PADILLA, Procurador Federal del Consumidor, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 1, 20, 24, fracciones I, V, VI, VII y XIV, 27, fracciones I, XI y XII, 31 y 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; 9, fracción III del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor; y 1, 2, y 4 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, y

CONSIDERANDO

- I. De conformidad con el artículo 24, fracciones VI y VII, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Procuraduría Federal del Consumidor, tiene como atribuciones, las de orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores, así como, realizar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor.
- II. El artículo 31 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, señala que para la elaboración de sus planes y programas de trabajo, la Procuraduría Federal del Consumidor llevará a cabo consultas con representantes de los sectores público, social y privado, con instituciones nacionales de educación superior, así como con organizaciones de consumidores.
- III. El 27 de abril de 2005, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el “*Acuerdo por el que se crea el Consejo Consultivo del Consumo*”, mediante el cual se creó el Consejo Consultivo del Consumo, como un órgano interdisciplinario, que tiene por objeto analizar diversos temas en materia de consumo y de protección al consumidor, así como proponer programas y acciones públicas relacionadas con las atribuciones de la Procuraduría Federal del Consumidor y fomentar la participación ciudadana en los diferentes aspectos que afectan al consumo y en el conocimiento y ejercicio de sus derechos.
- IV. Durante la celebración de la XXXVIII Trigésima Octava Sesión Ordinaria del Consejo Consultivo del Consumo, algunos consejeros miembros externaron su preocupación respecto de la actual participación de los *influencers* y creadores de contenido en la publicidad de bienes, productos o servicios que se difunde a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y que va dirigida a la población consumidora, que en muchas ocasiones se puede manifestar de forma engañosa.
- V. En razón de lo anterior, el Procurador Federal del Consumidor, en su carácter de presidente del Consejo Consultivo de Consumo, instruyó a la Subprocuraduría Jurídica de esta Procuraduría, la creación y coordinación del “*Grupo de Trabajo, Propuesta de regulación de la publicidad para influencers*”, con la finalidad de analizar la problemática planteada con respecto a la publicidad generada por los denominados *influencers* y creadores de contenido y la posible inaplicación de las disposiciones establecidas en el artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y demás ordenamientos en materia de publicidad.
- VI. Derivado de las sesiones celebradas con los miembros del Grupo de Trabajo, Propuesta de regulación de la publicidad para *influencers*, y como resultado de un análisis jurídico y comparativo internacional en materia de protección al consumidor, la Subprocuraduría Jurídica elaboró una “*Guía de publicidad para influencers*”, como un instrumento para instruir y orientar a los *influencers* y creadores de contenido respecto del cumplimiento de las disposiciones aplicables en materia de publicidad.

VII. Lo anterior, con el objetivo de crear una cultura de observancia a las disposiciones en materia de publicidad conforme a la era digital en la que vivimos en donde los *influencers* y creadores de contenido tienen una relación cotidiana y estrecha con la población consumidora en el país, ello a fin de promover un consumo responsable, y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones de consumo.

En consecuencia, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO POR EL QUE SE DA A CONOCER LA GUÍA DE PUBLICIDAD PARA INFLUENCERS DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

PRIMERO: Se crea la “*Guía de publicidad para influencers*”, como un instrumento de consulta para *influencers* y creadores de contenido, población consumidora y público en general para el debido cumplimiento de las disposiciones en materia de publicidad establecidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

SEGUNDO: La “*Guía de publicidad para influencers*”, se encuentra disponible en las siguientes direcciones electrónicas:

<https://www.profeco.gob.mx/influencers>

www.dof.gob.mx/2023/PROFECO/guiainfluencers.pdf

TRANSITORIO

ÚNICO.- El presente acuerdo entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Ciudad de México, a 11 de agosto de 2023.- El Procurador Federal del Consumidor, Doctor **Francisco Ricardo Sheffield Padilla**.- Rúbrica.

(R.- 540740)