

## 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](http://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)**