

Fundamentos legales de regulación de la publicidad Médica COFEPRIS

MEDICAL LEGAL CENTER · MIÉRCOLES, 26 DE AGOSTO DE 2020 ·

Apreciable Doctor (a):

A últimas fechas, y aunque no es privativo para el ámbito de la Práctica Médica, se ha venido dando con mayor frecuencia que la deseada, el hecho de que con motivo de la publicidad que los Facultativos manejan, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (*COFEPRIS*), realiza evaluaciones, verificaciones y supervisiones sanitarias respecto de los diversos medios y formas que el Médico utiliza para anunciar y promover sus Servicios Profesionales.

Así, se han dado casos en que, por no observar la debida regulación que como requisito para ello se tiene, algunos Profesionales de la Salud se han visto envueltos en trámites apresurados y desgastantes, amén que amenazados con ser sancionados con fuertes cantidades de numerario y, peor aún, sorprendidos por *seudo* Abogados que les ofrecen sus servicios para solucionarles el problema.

Por lo anterior, en **Medical Legal Center** nos hemos interesado en ayudar con usted de inmediato para que, preventivamente, conozca de los fundamentos legales que dicha regulación sanitaria comprende, así como los aspectos particulares que son motivo de verificación, amén de la forma que eventualmente *COFEPRIS* realiza dichas acciones.

En primer lugar, mencionaremos *grosso modo* la dinámica que implica dicha Verificación Sanitaria:

1. *COFEPRIS*, a través de su Dirección de Supervisión y Vigilancia Sanitaria, desde sus oficinas centrales en la Ciudad de Mexico, de manera

electrónica/digital, realiza *barridos* de los contenidos publicitarios que detecte en Radio, Televisión, Internet, Medios Impresos y Otros, señalando en su Informe de verificación publicitaria el lugar, fecha y hora de la verificación realizada.

“En la ciudad de México, siendo las 12:30 horas, del 20 veinte de agosto de dos mil veinte, en las oficinas de la Dirección Ejecutiva de Supervisión y Vigilancia Sanitaria.”

2. Identifica el Medio de Comunicación Social verificado.

“Radio TELEVISIÓN IMPRESOS INTERNET OTROS

*Anuncio difundido en el medio de INTERNET, a través de su perfil en Facebook ----
-----, detectado a las 10:30 horas, el día 6 seis de agosto de dos mil veinte, en las oficinas de esta Comisión Federal en la Ciudad de México.”*

3. Señala el tipo de Servicio detectado.

“----Nombre del Médico que ofrece el Servicio; procedimientos y servicios que la publicidad contiene---.”

4. Hace una descripción de la publicidad encontrada.

“---Textos, Imágenes, Dibujos---.”

5. Y señala:

Derivado del análisis de la publicidad, se desprenden las siguientes irregularidades sanitarias y violaciones a la ley:

Con base en las atribuciones que la Ley General de Salud le confiere,...con el fin de evitar que lleguen a la población mensajes que puedan inducir a conductas, prácticas o hábitos nocivos para la salud...desvirtúen o contravenga los principios, disposiciones y ordenamientos...por lo que al señalarse en la publicidad (nombre del Médico que ofrece el Servicio; procedimientos y servicios que la publicidad

contiene), se promueve un Servicio de Salud y la publicidad de los mismos debe ajustarse a la normatividad vigente.

Por lo anterior, y una vez que se llevó a cabo la revisión de las autorizaciones otorgadas por el Área correspondiente de ésta Comisión...no se encontró antecedente alguno de que la publicidad arriba descrita del Doctor... haya presentado el Aviso correspondiente para difundirse, por lo que se confirma que dicha publicidad contravine a lo establecido en los artículos...lo que genera riesgos la salud de la población, toda vez que al no ser valorada dicha publicidad por la autoridad sanitaria, no se puede garantizar que la información proporcionada en el mensaje publicitario cumpla con las disposiciones legales.

En la publicidad no se indica la institución educativa que expidió el Título o Diploma, el número de Cédula Profesional y, en su caso, el Certificado de Especialidad vigente del responsable del servicio que se ofrece, contraviniendo lo dispuesto por el artículo 83 de la Ley General de Salud y 19 del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad...

De ahí, que sin una institución que respalde y una Cédula Profesional que avale al profesional, no se puede garantizar a la sociedad que quienes ejercen una profesión, lo hagan con conocimiento, experiencia y responsabilidad, mucho menos que estén en posibilidad de ofrecer servicios de alta profesionalización.

(Los textos en cursivas son copia de un Informe de verificación publicitaria)

6. Notifica Orden de Suspensión.

"...se le ordena la suspensión del mensaje publicitario de los Servicios (X) -nombre del Médico que ofrece el Servicio; procedimientos y servicios que la publicidad contiene-...Dicha medida surtirá sus efectos a partir de la notificación del presente oficio, debiéndose suspender la publicidad en un lapso que no exceda de veinticuatro horas...permaneciendo vigente la medida, hasta en tanto el anunciante cumpla con los requisitos a que está sujeto y realice los tramites y medidas necesarios, por lo que deberá abstenerse de difundirla en cualquier

medio de comunicación...se le previene para que en término de tres días hábiles, a partir de la notificación del presente oficio, informe del cumplimiento de la Orden de Suspensión de la publicidad...en caso de no dar cumplimiento a la suspensión, ésta Autoridad Sanitaria impondrá una multa de hasta 16,000 veces el salario mínimo...”

(Los textos en cursivas son copia de una Orden de Suspensión de Publicidad).

CONCEPTOS Y DEFINICIONES (COFEPRIS):

Publicidad Digital: actividad que comprende todo proceso de creación, planificación, ejecución y difusión de anuncios publicitarios en los medios de comunicación, con el fin de **promover** la venta, consumo y/o existencia de productos y/o **servicios** por medio de **internet, redes sociales, aplicaciones y otras tecnologías.**

La publicidad digital puede estar ligada, o no, a campañas publicitarias difundidas en medios convencionales.

Campaña de Publicidad Digital: difusión programada de varios anuncios publicitarios sobre el mismo producto o servicio para una misma temporalidad y que se basan en un mismo tipo de idea creativa central, mensaje o slogan, diferente a una comunicación diaria a la que se realiza en Redes Sociales y que es presentada a través de varios sitios, software, aplicación y otras tecnologías de internet.

Algunos materiales o contenidos de una Campaña Digital pueden ser publicados o difundidos en Redes Sociales, sin que necesariamente todo lo que ahí se publica sea parte de una Campaña de Publicidad Digital.

Contenido Propio: todo el contenido desarrollado y **publicado por el titular responsable del Servicio que se oferta, del cual se tiene total control y responsabilidad de la información difundida.**

Contenido Variable: contenido generado por usuarios o terceros distintos al titular responsable del Servicio que se oferta.

FUNDAMENTO LEGAL REGULATORIO DE LA PUBLICIDAD.

Ley General de Salud.

Art. 23.- Para los efectos de esta Ley, se entiende por servicios de salud todas aquellas acciones realizadas en beneficio del individuo y de la sociedad en general, dirigidas a proteger, promover y restaurar la salud de la persona y de la colectividad.

Art. 83.- Quienes ejerzan las actividades profesionales, técnicas y auxiliares y las especialidades médicas, **deberán poner a la vista del público un anuncio que indique la institución que les expidió el Título, Diploma, número de su correspondiente cédula profesional y, en su caso, el Certificado de Especialidad vigente.** Iguales menciones deberán consignarse en los documentos y papelería que utilicen en el ejercicio de tales actividades **y en la publicidad que realicen al respecto.**

Art. 272 Bis 2.- La oferta de los servicios que se haga a través de medios informativos, ya sean impresos, electrónicos u otros, por profesionistas que ejerzan cirugía plástica, estética o reconstructiva; así como, los establecimientos o unidades médicas en que se practiquen dichas cirugías, deberán prever y contener con claridad en su publicidad los requisitos que se mencionan en los artículos 83, 272 Bis, 272 Bis 1 y en lo previsto en el Capítulo Único del Título XIII de esta Ley. (**EXCLUSIVO PARA LAS ESPECIALIDAD DE CIRUGÍA PLÁSTICA, ESTÉTICA Y RECONSTRUCTIVA**)

Art. 301 Bis.- Las disposiciones reglamentarias determinarán los productos **y servicios en los que el interesado sólo requerirá dar aviso a la Secretaría de Salud, para su difusión publicitaria.**

Art. 302.- Los gobiernos de las entidades federativas coadyuvarán con la Secretaría de Salud en las actividades a que se refiere el artículo anterior, que se lleven a cabo en sus respectivas jurisdicciones territoriales.

Art. 402.- Se consideran medidas de seguridad las disposiciones que dicte la autoridad sanitaria competente, de conformidad con los preceptos de esta Ley y demás disposiciones aplicables, para proteger la salud de la población. **Las medidas de seguridad se aplicarán sin perjuicio de las sanciones que, en su caso correspondieren.**

Art. 403.- Son competentes para ordenar o ejecutar medidas de seguridad, la Secretaría de Salud y los gobiernos de las entidades federativas, en el ámbito de sus respectivas competencias.

La participación de los municipios estará determinada por los convenios que celebren con los gobiernos de las respectivas entidades federativas y por lo que dispongan los ordenamientos locales.

Art. 404.- **Son medidas de seguridad sanitaria las siguientes:**

...

VIII. **La suspensión de mensajes publicitarios en materia de salud;**

Art. 413.- **La suspensión de mensajes publicitarios en materia de salud, procederá cuando éstos se difundan por cualquier medio de comunicación social contraviniendo lo dispuesto en esta Ley y demás ordenamientos aplicables o cuando la Secretaría de Salud determine que el contenido de los mensajes afecta o induce a actos que pueden afectar la salud pública.**

En estos casos, los responsables de la publicidad procederán a suspender el mensaje, dentro de las veinticuatro horas siguientes a la notificación de la medida de seguridad, si se trata de emisiones de radio, cine o televisión, de publicaciones diarias o de anuncios en la vía pública. En

caso de publicaciones periódicas, la suspensión surtirá efectos a partir del siguiente ejemplar en el que apareció el mensaje.

Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

Art. 4.- La publicidad destinada a ser difundida en el territorio nacional, independientemente de su procedencia, se ajustará a lo dispuesto en la Ley, este Reglamento y demás disposiciones aplicables.

Art. 6.- **La publicidad será congruente con las características o especificaciones que establezcan las disposiciones aplicables para los productos o servicios objeto de la misma,...**

Art 19.- Quienes ejerzan las actividades profesionales, técnicas y auxiliares y las especialidades a que se refiere el Capítulo I del Título Cuarto de la Ley, **deberán expresar en la publicidad que realicen al respecto, cualquiera que sea el medio publicitario de que se trate, la institución educativa que les expidió el título, diploma o certificado correspondiente y, en su caso, el número de cédula profesional.**

Art. 86.- **Requiere presentar aviso ante la Secretaría la publicidad relativa a:**

I. Actividades profesionales, técnicas, auxiliares y las especialidades a que se refiere el Capítulo I del Título Cuarto de la Ley;

...

Reglamento de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

Art. 3.- Para el cumplimiento de su objeto, **la Comisión Federal tiene a su cargo las siguientes atribuciones:**

I. Ejercer la **regulación, control, vigilancia** y fomento sanitarios, que en términos de las disposiciones aplicables corresponden a la Secretaría **en materia de:**

a. **Establecimientos: de salud**, de disposición de órganos, tejidos, células de seres humanos y sus componentes, de disposición de sangre y los demás establecimientos que señala el citado ordenamiento, con las excepciones a que hace referencia la Ley;

...

q. **Publicidad y promoción de las actividades, productos y servicios a que se refiere la Ley y demás disposiciones aplicables;**

...

s. En general, los requisitos de condición sanitaria que deben cubrir los procesos, productos, métodos, instalaciones, **servicios o actividades relacionados con las materias anteriormente descritas**, en los términos de la Ley y demás disposiciones aplicables;

Art. 14.- Corresponde a la Comisión de Autorización Sanitaria:

I. Expedir, prorrogar o revocar las autorizaciones sanitarias relacionadas con las materias a que se refiere el artículo 3, fracción I, del presente Reglamento;

...

Art. 15.- Corresponde a la Comisión de Operación Sanitaria:

...

IV. Realizar según corresponda, las **evaluaciones, verificaciones y supervisiones sanitarias, emitir el dictamen correspondiente y sustanciar en su caso, el procedimiento respectivo por el incumplimiento de las disposiciones de la Ley, sus reglamentos y demás disposiciones administrativas de carácter general;**

V. **Aplicar las medidas de seguridad y las sanciones que procedan, así como vigilar su cumplimiento,** de conformidad con lo previsto por la Ley, el presente Reglamento y demás disposiciones aplicables;

...

Así entonces, independientemente de lo que ve a las verificaciones que realiza *COFEPRIS*, sin duda alguna que debemos considerar que las Instituciones educativas, Colegios de Profesionistas y Asociaciones, son las que representan el medio idóneo para demostrar a la sociedad quienes son los Profesionales de la Salud que han obtenido el aval y/o reconocimiento de sus conocimientos, y una mayor experiencia en el desempeño de su profesión o especialidad.

De igual forma, es menester resaltar, que la única manera de acreditar el legal ejercicio de la profesión, o garantizar que se tienen los conocimientos que la ley exige educativamente y se encuentra reconocido para ejercerla en el país, es la Cédula Profesional y/o de Especialidad, según sea el caso, documento con efectos de Patente otorgada por el Gobierno Federal y Estatal a través de las instituciones autorizadas.

Por lo anterior, resulta necesario que de inmediato revise que la publicidad que a diario utiliza, en la forma y vía que sistemáticamente lo haga, reúna los siguientes mínimos requisitos:

A) Nombre Completo.

B) Domicilio profesional.

C) Identificación de la Institución Educativa que expidió su (s) Título (s) y/o Diploma (s).

D) Identificación del (los) Número (s) de Cédula (s) Profesional y/o de Especialidad (s).

E) Identificación del número y periodo de vigencia de la Certificación correspondiente.

F) En caso de otros Diplomas y Acreditaciones Profesionales, identificar el Organismo o Institución que lo (s) expide.

Que hacer en caso de ser notificado de una Orden de Suspensión de Publicidad.

1. En prevención, y si el sistema de publicidad se lo permite, suspender su difusión dentro de las siguientes veinticuatro horas, en tanto se resuelve el procedimiento iniciado.
2. Dentro del término que la Ley le otorga -tres días-, apersonarse por escrito a la Dirección de Supervisión y Vigilancia Sanitaria y, con fundamento en la Ley Federal de Procedimientos Administrativos, dar contestación a cada uno de los Puntos que le hubieran notificado, ya sea negando o aclarando los señalamientos que ahí se le hacen, debiendo anexar los documentos que considere idóneos y suficientes para sostener sus argumentos defensivos, solicitando, a la vez, dejar sin efecto el apercibimiento de eventual sanción económica.
3. Si fuera el caso que oportunamente usted sí hubiera dado el respectivo Aviso a la Secretaría de Salud de lo que en su momento pretendía manejar como publicidad profesional pero, efectivamente, la publicidad ahora verificada adolezca de alguno de los datos supra señalados, en el mismo escrito acompañar las Documentales o Constancias respectivas, solicitando se tomen en cuenta para tenerle por solventadas las omisiones que se le atribuyen.
4. Si, por el contrario, efectivamente usted fue omiso en dar el Aviso señalado, de inmediato hágalo, y ya con el Acuse de Recibo, dentro del término referido para comparecer al procedimiento, así hágalo, adjuntando, además de las constancias documentadas de su Perfil Profesional publicado, también adjunte el comprobante de ya haber cumplido con dar Aviso a la Autoridad Sanitaria.

En este punto licenciado considero que se especifique que el aviso trae aparejado el pago de derechos o se les comenta o de plano se elimina te pongo los costos y requisitos para el trámite.

Documento requerido

Presentación

Formato de publicidad, debidamente requisitado

Original

Comprobante del pago de derechos, en términos de la Ley Federal de Derechos

Original y 2 Copias

El proyecto de publicidad, en dos tantos (preferentemente a color)

2 Originales

La documentación que dé sustento a las afirmaciones hechas en la publicidad

Original

El número de la licencia sanitaria o aviso de funcionamiento, en su caso

I. Por el trámite y, en su caso, expedición del permiso sanitario en materia de publicidad vinculada a las actividades, productos, bienes y servicios a los que se refiere la Ley General de Salud, se pagará el derecho de permiso sanitario en materia de publicidad, por cada producto y tipo de mensaje, de conformidad con las siguientes cuotas:

- Cine, vídeo en lugares públicos cerrados y en medios de transporte público \$3,623.93 mxn
- Radio \$2,574.90 mxn
- Prensa \$858.31 mxn
- Folletos, catálogos, carteles y otros medios similares \$591.26 mxn
- Anuncios en exteriores \$4,577.59 mxn
- Televisión e internet \$26,038.80 mxn

5. Independientemente de lo anterior, se sugiere valorar buscar entrevistarse personalmente con el Servidor Público que en *COFEPRIS* integre el expediente, ello, para que, en base a una exposición verbal y directa de sus argumentos, aquel se sensibilice aun más y se logre el mejor de los resultados en dicha Instancia.

En **Medical Legal Center**, siempre estaremos atentos en prevenir que la Comunidad Médica en frente una problemática de índole legal.

Muchas Gracias.

Abraham A. Davila R.

Director General.

