

## SITUACIÓN

- La reforma de **febrero de 2023** al Reglamento de la Ley General de Control de Tabaco **prohíbe de forma explícita toda publicidad, promoción, patrocinio y exhibición de productos de tabaco en los puntos de venta (PdeV) en México**, cumpliendo con recomendaciones del Convenio Marco para el Control del Tabaco de la Organización Mundial de la Salud, del cual **México es Parte**.
- En reacción ante esta medida, **establecimientos comerciales**, incluyendo **la cadena Oxxo** (con más de 20,000 tiendas) han interpuesto amparos para poder seguir exhibiendo sus productos, **desafiando dicha ley**.
- La organización civil **Servicios a la Juventud (SERAJ)** realizó un **estudio observacional** (agosto-septiembre de 2025) en puntos de venta de Puebla y CDMX para monitorear el cumplimiento de la prohibición. La muestra incluyó **116 tiendas Oxxo**, lo que implica que el estudio se enfocó en **obtener evidencia sobre la implementación de la ley**.

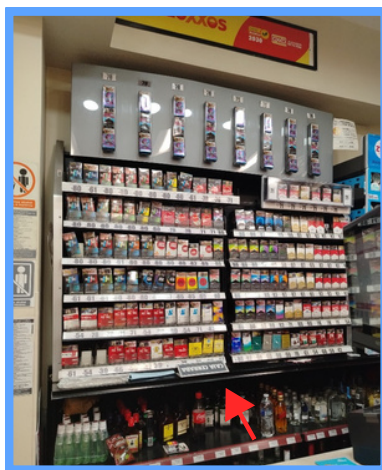


Exhibición de cigarrillos convencionales en una tienda OXXO.

## HALLAZGOS

### Incumplimiento Total de la Ley en Puntos de Venta (PdeV) Sujetos a Amparo.

A pesar de que la ley prohíbe explícitamente la exhibición de tabaco, el estudio encontró que el **100% de los establecimientos Oxxo observados** (sujetos a amparo) **estaban exhibiendo cigarrillos convencionales**, además de realizar publicidad en el 96% de ellos, lo que indica un incumplimiento generalizado de la reforma en estos puntos de venta.



Amplios exhibidores estratégicamente colocados en la pared detrás de la caja registradora.



Exhibidores publicitarios cerca de la caja registradora, al frente del mostrador.



Exhibidores publicitarios junto a dulces y botanas a la altura de los ojos.

## ¿POR QUÉ LA OMS RECOMIENDA PROHIBIR TODO TIPO DE PUBLICIDAD, INCLUIDA LA EXHIBICIÓN?

- La **exhibición** de productos en puntos de venta es una **táctica clave** de la industria **para publicitar sus productos y normalizar su consumo**.
- La exhibición **influye sobre el consumo de tabaco entre los jóvenes; promueve la aceptación social** de los productos de tabaco; **aumenta la compra impulsiva** y debilita los intentos para dejar de fumar.
- Las estrategias de publicidad están diseñadas para **reducir las barreras para experimentar con productos dañinos**.
- La publicidad destacada y cercana a productos de consumo infantil **busca facilitar la iniciación de jóvenes y niños**.



Accede al reporte completo y más información escaneando el código