

# GUÍA



De Marketing Ético en Salud

## MANIFIESTO

La salud no se vende como una tendencia. Comunicar en salud es un acto de responsabilidad social. La ética no limita el crecimiento: **lo vuelve sostenible.**

## ¿A QUIÉN VA DIRIGIDA?

Profesionales de la salud

Marcas del sector

Clínicas

Startups healthtech

Creadores de contenido

Influencers de salud.

## Principios Be Your Brand

La ética no es un freno creativo. La autoridad se construye con coherencia. La tecnología amplifica el criterio humano. La confianza es el activo más valioso.

## Marco regulatorio

### México

No se permite prometer curas ni exagerar beneficios. Sí se permite educar con evidencia y transparencia.

### Colombia

La publicidad debe ser veraz y no engañosa. Está prohibido inducir consumo por miedo o urgencia.

## Uso ético de IA

La IA puede utilizarse para educación y visualización, no para simular resultados clínicos ni testimonios.



## Elección de canales



Instagram y TikTok para educación visual. LinkedIn para autoridad profesional.

No todas las marcas deben estar en todas las plataformas.

### Bibliografía:

COFEPRIS. Autorización publicitaria. Gobierno de México; PROFECO. Guía de publicidad para influencers; INVIMA. Cartilla guía sobre publicidad; DataReportal. Digital 2026 México y Digital 2026 Colombia; Metricool. Tendencias en redes sociales; Paciente Digital. Comportamiento del paciente digital.