De la Comisión de Economía, con puntos de acuerdo por los que se desecha la iniciativa con proyecto de decreto que reforma el artículo 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor

Honorable Asamblea:

A la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión correspondiente a la LXI Legislatura, con fundamento en los artículos 66 y 68 de su Reglamento, fue turnada para estudio y dictamen la iniciativa con proyecto de decreto que reforma el artículo 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, presentada por el diputado Jorge Antonio Kahwagi Macari, del Grupo Parlamentario de Nueva Alianza, el 8 de marzo de 2011.

La Comisión de Economía, con fundamento en los artículos 39 y 45, numeral 6, incisos e) y f), de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, así como 66, 68, 157 y 158, inciso 1, fracción IV, del Reglamento de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, se abocó al estudio y análisis de la iniciativa mencionada, al tenor de los siguientes

Antecedentes

Primero. En sesión celebrada en la Cámara de Diputados el 8 de marzo de 2011, sus secretarios dieron cuenta al pleno de esta soberanía de la iniciativa con proyecto de decreto que se mencionó en el exordio del presente dictamen.

Segundo. El presidente de la Mesa Directiva acordó dar el siguiente trámite: “Túrnese a la Comisión de Economía”.

Tercero. El legislador propone en resumen lo siguiente:

• Establecer en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) que las promociones y ofertas deberán indicar el alcance geográfico para el cual son ofrecidas, así como el término límite para revocarlas.

Consideraciones

Primera. Que de conformidad con el numeral 3 del artículo 39 de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, en relación con el 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Comisión de Economía es competente para conocer sobre la iniciativa con proyecto de decreto que reforma el artículo 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Segunda. Los integrantes de la Comisión de Economía coinciden con el diputado Jorge Antonio Kahwagi Macari en realizar esfuerzos para combatir la publicidad engañosa y, con ello, ampliar y fortalecer la protección de los derechos de los consumidores. Sin embargo, la propuesta que se dictamina ya se considera en el actual marco jurídico, tanto en el Reglamento sobre Promociones y Ofertas como en la NOM-028-SCFI-2007, “Prácticas comerciales. Elementos de información en las promociones coleccionables o promociones por medio de sorteos y concursos”.

En efecto, como se desprende del capítulo de antecedentes, la iniciativa que nos ocupa pretende establecer en el artículo 48 de la LFPC la obligación de que las promociones y ofertas contengan el alcance geográfico para el cual son válidas, así como el término límite de revocación.

Ahora bien, según el artículo 1 del Reglamento de Promociones y Ofertas,1 es objeto de dicho cuerpo normativo establecer las normas y los procedimientos para realizar promociones de bienes, promociones de servicios y ofertas comerciales.

Asimismo, el artículo 2 del reglamento en cita establece que corresponde a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, actualmente Secretaría de Economía, la aplicación de dicho ordenamiento; y a la Procuraduría Federal de Consumidor (Profeco), la vigilancia de su cumplimiento y la difusión de sus disposiciones.

Dicho reglamento establece en el artículo 5o. lo siguiente:

Artículo 5o. En las promociones a que se refieren las fracciones I a III del artículo anterior se deberá proporcionar al público la siguiente información:

I. Nombre y domicilio de la persona física o moral que realiza la promoción:

II. La identificación del bien o servicio promocionado y la explicación sobre el incentivo que se ofrece;

III. El día en que inicien y aquel en que terminen. Cuando la promoción se haga en relación con un volumen de mercancías, sólo se informará del día en que inicie y el ofrecimiento no podrá ser inferior al que en condiciones normales venda el establecimiento comercial en un día;

IV. Los establecimientos donde se realizará la promoción cuando ésta no se lleve a cabo en todos los que tengan la misma razón social, denominación o nombre comercial; y

V. La cantidad de bienes o servicios promocionados que cada consumidor podrá adquirir o contratar. De no precisarse, se entenderá que la cantidad es ilimitada.

De la transcripción anterior, específicamente de las fracciones III y IV, se desprende que la regulación actual considera la obligación de indicar los días en que inicia y en que termina la promoción, así como la de proporcionar al público la información de los establecimientos donde se realizará la promoción para el caso de que no sea válida para todos los que tengan la misma razón social, denominación o nombre comercial.

Asimismo, está vigente la NOM-028-SCFI-2007, “Prácticas comerciales. Elementos de información en las promociones coleccionables o promociones por medio de sorteos y concursos”, cuyo objetivo es especificar las características de información comercial que deben proporcionar los proveedores que llevan a cabo promociones coleccionables o por medio de sorteos y concursos en la República Mexicana.

Dicha NOM establece en el numeral 4.1.5. que los proveedores, en sus promociones, deben proporcionar a los consumidores la información de la cobertura geográfica de la promoción, así como aclarar si es local, regional o nacional.

También, el numeral 5.2. de la NOM en cita obliga a los proveedores que realizan cambios a los términos y condiciones de sus promociones a informar a la procuraduría un día hábil antes que se realicen y a difundir dichos cambios en los empaques, envolturas, etiquetas, teléfonos gratuitos y materiales informativos o promocionales, así como en los medios masivos de comunicación.

De lo anterior se desprende que las preocupaciones del diputado proponente, así como su propuesta de adecuación del marco legal, ya se consideran en la legislación vigente, por lo que no significan un avance en la defensa de los derechos de los consumidores.

Tercera. En virtud de lo expuesto, la Comisión de Economía acuerda:

Primero. Se desecha la iniciativa que reforma el artículo 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, presentada por el diputado Jorge Antonio Kahwagi Macari, del Grupo Parlamentario de Nueva Alianza, el 8 de marzo de 2011.

Segundo. Archívese el presente asunto, como total y definitivamente concluido.

Nota

1 Publicado en el DOF el 26 de septiembre de 1990.

Dado en el Palacio Legislativo de San Lázaro, a 4 de julio de 2011.

La Comisión de Economía

Diputados: Ildefonso Guajardo Villarreal (rúbrica), presidente; Alejandro Cano Ricaud, Jorge Alberto Juraidini Rumilla (rúbrica), Narcedalia Ramírez Pineda (rúbrica), Melchor Sánchez de la Fuente (rúbrica), José Luis Velasco Lino (rúbrica), Leoncio Alfonso Morán Sánchez, María Antonieta Pérez Reyes, Norma Sánchez Romero (rúbrica), Indira Vizcaíno Silva, Rodrigo Pérez-Alonso González (rúbrica), Jorge Antonio Kahwagi Macari, secretarios; Manuel Ignacio Acosta Gutiérrez, José Antonio Arámbula López, Raúl Gerardo Cuadra García, Pavel Díaz Juárez, Sergio Gama Dufour (rúbrica), Jorge Hernández Hernández (rúbrica), Susana Hurtado Vallejo (rúbrica), Ramón Jiménez López (rúbrica), Vidal Llerenas Morales, Ifigenia Martha Martínez y Hernández, Luis Enrique Mercado Sánchez (rúbrica), María Florentina Ocegueda Silva (rúbrica), David Penchyna Grub, Enrique Salomón Rosas Ramírez (rúbrica), Guillermo Raúl Ruiz de Teresa (rúbrica), David Ricardo Sánchez Guevara (rúbrica), Víctor Roberto Silva Chacón (rúbrica).