

Del Dip. Jorge A. Kahwagi Macari, del Grupo Parlamentario Nueva Alianza, la que contiene proyecto de decreto por el que se reforma el artículo 129 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

SE TURNÓ A LA COMISIÓN DE ECONOMÍA DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS.
Documento en Trámite

**CC. Secretarios de la Mesa Directiva
Comisión LXI Permanente
H. Congreso de la Unión Legislatura**

P r e s e n t e s

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA EL ARTÍCULO 129 LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Jorge A. Kahwagi Macari, Diputado Federal integrante del Grupo Parlamentario Nueva Alianza, a la LXI Legislatura de la Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, con fundamento en los artículos 71 fracción II, 78 fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 55, fracción II, 56, 60, 63, 64 y 179 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, presento ante esta soberanía la Iniciativa con proyecto de Decreto por el que se reforma el artículo 129 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En la sociedad democrática, los derechos fundamentales actúan como un elemento esencial, no solamente de control del poder, sino también de la convivencia. El conjunto de derechos fundamentales conforman un sistema complejo en donde cada derecho ocupa una posición y se relaciona de diferentes formas con los otros derechos. Dentro de este sistema, el derecho a la información mantiene una posición prevalente y los derechos de los consumidores y usuarios ocupan un lugar cada vez más importante.

Las palabras consumidor e información se encuentran asociadas en los textos internacionales, en las constituciones escritas y en las normas de cada estado. Fundamentalmente se reconoce un derecho a la información de los consumidores, una obligación de los poderes públicos para promover esa información y, otra obligación de los actores económicos de ofrecer correcta información sobre sus productos y servicios.

La capacidad de elección del consumidor le concede un poder en crecimiento sobre las compañías que puede impulsar el comportamiento ético de éstas y modificar los patrones de producción y consumo. Ante una determinada gestión empresarial, el consumidor, de forma individual o colectiva, puede premiar o castigar a esa empresa, mediante una discriminación positiva en los mecanismos de mercado por un comportamiento responsable o, en caso contrario, a través de la promoción de algún tipo de boicot.

De abril a junio de 2011, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) recuperó 241 millones de pesos a favor de los consumidores, a la vez impuso sanciones por un total de 208 millones de pesos a proveedores que incumplieron con la ley.

En el segundo trimestre del año se presentaron 29,045 quejas y se concilió el 87% de los casos, con ello PROFECO sumó un total de 59,172 quejas atendidas al cierre del primer semestre de 2011.

Existe consenso en entender que la sola aplicación de multas a título de sanción por infracciones cometidas a la Ley Federal de Protección al Consumidor puede fortalecerse para desincentivar las conductas antijurídicas que se sancionan. Así, la aplicación efectiva de tales multas no se traduce, necesariamente, en menos índices de infracciones. Es más, en ocasiones la utilidad generada para los proveedores por la comisión de los hechos infractores es superior al costo de pagar reiteradas multas por tales hechos.

Lo anterior obliga a buscar mecanismos de que constituyan una herramienta eficaz que vaya más allá del control de las infracciones, y en un contexto de libre competencia, uno de los activos más importantes para las empresas es su imagen frente al cliente, es decir, cómo éste las percibe y califica, por lo que cualquier variación negativa en la imagen de la empresa se traduce en un descenso en las ventas, principal indicador financiero de la misma.

Transparencia es una condición, un estado en el que se encuentra la información. Se puede definir como la condición de abrir y hacer accesible la información generada por, o vinculada con, las diferentes instituciones del Estado al escrutinio público. Hay que recordar que el hecho de que la transparencia implique que la información se halla en un estado de disponibilidad, significa también que “está ahí” para quienes deseen acceder a ella. Y esto último implica que los interesados en acceder a la información generen acciones positivas para ello fundadas en su derecho a la información.

El perfeccionamiento de la vida democrática pasa obligadamente por la transparencia de los actos y las decisiones tanto del gobierno, como de aquellos proveedores que ofrecen sus productos a diversos consumidores. En este sentido, los medios de comunicación juegan un papel muy importante, pues en un régimen democrático no sólo se hallan obligados a informar a los ciudadanos y debatir acerca de los actos, decisiones y resultados del quehacer político, gubernamental y empresarial, sino que también contribuyen a mantener el ejercicio del poder en sus cauces democráticos a través de su función de investigación y vigilancia ante posibles abusos contra los integrantes de una sociedad y en este caso en específico contra los consumidores.

Por las razones antes mencionadas, en casos de reincidencia además de aplicar multas hasta por el doble, se deberá ordenar, que una vez ejecutada la sentencia condenatoria, el proveedor sancionado, publique por cuenta propia en un diario de circulación nacional un extracto de la sentencia conteniendo los hechos constitutivos de la infracción, la infracción cometida, así como la sanción impuesta.

Normar la publicación como pena complementaria a las multas en caso de reincidencia, dará como resultado un mayor grado de cumplimiento de la ley en defensa del consumidor, y por ende el fortalecimiento de sus derechos.

Por las consideraciones expuestas y fundadas, en mi calidad de integrante del Grupo Parlamentario Nueva Alianza, someto a consideración de esta soberanía la siguiente Iniciativa con proyecto de:

DECRETO POR EL QUE SE REFORMA EL ARTÍCULO 129 LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

ARTÍCULO PRIMERO.- Se adiciona un segundo párrafo al artículo 129 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 129.- En caso de reincidencia se podrá aplicar multa hasta por el doble de las cantidades señaladas en los artículos 126, 127, 128, 128 BIS, e inclusive arresto administrativo hasta por treinta y seis horas.

Además, la Procuraduría deberá ordenar una vez ejecutada la sentencia condenatoria, que el proveedor sancionado, publique por cuenta propia en un diario de circulación nacional a

través de aviso destacado, un extracto de la sentencia conteniendo los hechos constitutivos de la infracción, la infracción cometida, así como la sanción impuesta.

ARTÍCULOS TRANSITORIOS

Primero. Se considerará reincidente al proveedor que sea sancionado por infracciones a esta ley dos veces o más, dentro del mismo año calendario.

Segundo. El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Dado en Senado de la República, sede de la Comisión Permanente del Congreso de la Unión, el 12 de agosto de 2011.

Dip. Jorge A. Kahwagi Macari