

De: Erika Valverde Gutierrez
Enviado el: lunes, 3 de diciembre de 2018 05:33 p. m.
Para: Contacto CONAMER
Asunto: RV: Comentarios al Proyecto de Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor
Datos adjuntos: Docto Posición - RLFPD 291118.pdf

De: plr@canipec.org.mx [mailto:plr@canipec.org.mx]
Enviado el: lunes, 3 de diciembre de 2018 01:51 p. m.
Para: Erika Valverde Gutierrez
CC: rsm@canipec.org.mx
Asunto: Comentarios al Proyecto de Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor

Estimada Erika,

De acuerdo a nuestra conversación telefónica, adjunto encontrarás los comentarios de la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y Asociación Nacional de la Industria del Cuidado Personal y del Hogar (CANIPEC) acerca del DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

Cualquier duda o comentario, estoy a tus órdenes.

Saludos,

Paola Lozano Rodríguez
Gerente de Publicidad

Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos
Asociación Nacional de la Industria del Cuidado Personal y del Hogar
Gabriel Mancera # 1134, Col. del Valle - Benito Juárez, C.P. 03100, México D.F.
Tel. (52-55) 55-75-21-21 ext. 125
e-mail: plr@canipec.org.mx
web: www.canipe.org.mx





DOCUMENTO DE POSICIÓN

COMENTARIOS DEL SECTOR COSMÉTICO CON RESPECTO AL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

ANTECEDENTES

En enero del presente año, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Reforma Integral a la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC). Por lo antes mencionado, aplaudimos la labor que la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) está efectuando en relación con la actualización del Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor derivado de dicha Reforma; sin embargo, queremos compartir atentamente, algunos factores e información que consideramos deben ser analizados para lograr que dicha actualización, sea puntual y atienda de fondo el objetivo planteado en la misma.

Entre las diversas modificaciones, una que consideramos relevante es la del Artículo 32 de la LFPC referente al tema de uso de avales expedidos por sociedades e individuos profesionales como un esfuerzo de comunicar a los consumidores los beneficios de un producto por lo que coincidimos en que en el RLFC se establezca el compromiso de contar con el soporte adecuado para sustentar las aseveraciones realizadas en la publicidad así como en el caso de utilizar avales, testimoniales, recomendaciones u otros análogos, otorgados por cualquier institución, asociación, sociedad, profesional, especialista, experto, sean o no retribuidos, deberán ser objetivos, veraces y comprobables, tanto en cuanto a la persona que hace el aval, recomendación u otro análogo, como al contenido de éstos. Sin embargo, se debe tener presente que hay casos en los que puede comprobarse de manera diferente pues depende del mecanismo que se utilizó para llegar a su respectiva conclusión.

POSICIÓN

Ahora bien, entendemos su preocupación acerca de las áreas de oportunidad que han encontrado por parte de algunas empresas anunciantes, así como de algunas sociedades, asociaciones y profesionales independientes otorgando estas recomendaciones, sin el sustento debido.

No obstante, en el caso de incluir en la publicidad el sello de empresa socialmente responsable, no se puede realizar un respaldo científico. Si bien es cierto que debe existir un análisis previo por parte de la asociación que lo otorga, también es verdad que la evidencia no será técnica-científica sino basada en revisión de características, documentación, prácticas o sistemas de la empresa. Lo anterior es sólo uno de varios ejemplos en donde no se pueden efectuar pruebas científicas ya que también existen recomendaciones basadas en preferencia del consumidor.

Asimismo, reconocemos la buena práctica de dar al consumidor mayor información acerca del producto o servicio ofrecido. Sin embargo, cabe resaltar que consideramos que la redacción actual cierra demasiado la documentación que se debe presentar, exigiendo pruebas que, en algunos casos, resulta imposible proveer pues a veces son sólo de un tipo o en ocasiones es la combinación de diversas pruebas.

Por otro lado, creemos que las descripciones, aseveraciones o ilustraciones realizadas en la Publicidad deberán ser demostrables con los medios que resulten adecuados para ello y que sean apropiadas para los productos o servicios en cuestión.



En el caso de las aseveraciones de beneficios y propiedades de tipo sensorial, requerirán de un estudio de percepción para su comprobación, el cual sirve para respaldar afirmaciones de índole sensorial o de preferencia, es decir, aspectos que pueden ser comprobados por la vista, tacto, oído, olfato o gusto de los consumidores, así como parámetros que éste pueda percibir o preferir.

Cualitativos: Para entender las razones y motivaciones del consumidor, tales como sesiones de grupo, entrevistas a profundidad, entre otros.

Cuantitativos: Para cuantificar los datos y generalizar los resultados de la muestra de interés.

Para las aseveraciones de carácter técnico y científico, se comprobarán con pruebas del mismo tipo, por ejemplo: pruebas instrumentales, In Vitro, Clínicas, pruebas de desempeño del producto en condiciones reales o controladas, entre otras.

Lo anteriormente mencionado coincide con el planteamiento que en su momento la Comisión de Economía realizó en sus consideraciones en relación al Dictamen a discusión al Proyecto de Decreto por el que se adiciona un cuarto párrafo al Artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el apartado IV en el numeral Quinta, en el cual se expone *“No obstante que coincide plenamente con la intención del iniciante y la propia Colegisladora, es necesario reconocer, que no todo aval versa sobre cuestiones técnico-científicas, y en este sentido no todo el sustento necesariamente puede tener estas características, existirán casos en los que el soporte tendrá que basarse en revisión de características, documentación o prácticas que se realicen al producto o servicio.”*

De igual forma, en el proyecto de Reglamento se hace mención de que los procedimientos o referencias científicas validadas, así como los organismos que acreditan la información, deben ser “de probada solvencia moral”, lo cual es subjetivo y, por lo tanto, no existe alguna autoridad, dependencia, tercero, etc. que pueda acreditar o comprobar dicha aseveración.

También, se está facultando a que las asociaciones o sociedades profesionales puedan dar al consumidor o a la Procuraduría información referente al bien, producto o servicio tanto de las cualidades o propiedades como del aval, aprobación o reconocimiento; sin embargo, el responsable tanto del producto como de los avales, reconocimientos o certificados siempre debe ser el proveedor o el anunciante, según sea el caso, ya que él es el sujeto obligado de cumplimiento por la LFPC.

Finalmente, se hace referencia a la traducción y apostillado de documentos lo cual consideramos que en la LFPC ya se contempla el tema de la traducción, pues se menciona diferentes Leyes Supletorias como el Código Federal de Procedimientos Civiles, el cual ya contempla el tema de la traducción de documentos.

PROPUESTA

Por lo tanto, bajo el análisis elaborado, sugerimos queden los Artículos 23 BIS y 23 TER de la siguiente manera:

Artículo 23 BIS.- Para efectos de lo dispuesto por el artículo 32 párrafo cuarto de la Ley, se entiende por evidencia científica, objetiva y fehaciente, los estudios técnicos y científicos, **y de percepción**, que contengan un informe que describa los resultados originales de una investigación, conformándose por los siguientes elementos mínimos:

- I. Título, nombre del autor o autores;
- II. Documento del cual se adviertan sus conocimientos técnicos y su experiencia;



- III. Planteamiento del problema o propósito de la investigación;
- IV. Resumen del estudio o investigación;
- V. Justificación **científica** del estudio o investigación;
- VI. Materiales y métodos empleados para el estudio o investigación;
- VII. Conclusión del estudio o investigación
- VIII. Los resultados y datos arrojados por el estudio o investigación, con un análisis estadístico de los mismos y
- IX. La crítica o análisis de los resultados, y en su caso las referencias y los reconocimientos otorgados por la elaboración del estudio o investigación.

La información presentada deberá permitir identificar su trazabilidad y vinculación con el bien, producto o servicio en cuestión.

Se entenderá la trazabilidad como la serie de procedimientos que permiten rastrear el origen y proceso de análisis al que se ha sometido un bien o producto determinado.

Los estudios, protocolos o métodos deben ser relevantes e incluir procedimientos, o referencias científicas validadas, confiables o reconocidas nacional o internacionalmente ~~de probada solvencia moral y capacidad científica y técnica~~, así como seguir una metodología **científica**, con un análisis de resultados, una muestra representativa en su caso, y con un criterio para la evaluación del producto acorde con el propósito de la prueba.

Asimismo, el proveedor, ~~las sociedades o asociaciones profesionales~~ podrán poner a disposición del consumidor, por cualquier medio, una versión pública del documento que soporte con evidencia **científica**, objetiva y fehaciente de las cualidades o propiedades del bien, producto o servicio objeto del aval, aprobación, reconocimiento o certificación.

Para los efectos previstos en el cuarto párrafo del artículo 32 de la Ley, la Procuraduría podrá requerir a los proveedores ~~las sociedades o asociaciones de profesionistas~~, la documentación e información que soporte con evidencia **científica**, objetiva y fehaciente las cualidades o propiedades del bien, producto o servicio objeto del aval, aprobación, reconocimiento o certificación del producto o servicio de que se trate, conforme a lo establecido en los términos del artículo 13 de la Ley.

Artículo 23 TER.- Para efectos del artículo 32 de la Ley, el proveedor podrá acreditar la veracidad de la información a través de documentación **propia o** emitida por organismos nacionales o internacionales ~~de probada solvencia moral y con capacidad científica y técnica~~, cuando no existan regulaciones específicas aplicables en el territorio nacional.

Por lo que hace a la documentación a que se refiere el artículo 23 BIS de este Reglamento, así como el párrafo que antecede, deberá presentarse en original, o en su caso, en copia certificada. Tratándose de documentos e información que se encuentre en idioma extranjero, ~~deberán presentarse de conformidad con lo establecido en las leyes supletorias mencionadas en esta Ley. apostillados y previamente traducidos al español por perito oficial, sin perjuicio de lo dispuesto en otras leyes, reglamentos o normatividad aplicable~~