

Calculadora de Impacto **Regulatorio**

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Tabla de contenido

APARTADO I.- DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS GENERALES DE LA REGULACIÓN	4
1. Describa los objetivos generales de la regulación propuesta:.....	4
2. Describa la problemática o situación que da origen a la intervención gubernamental a través de la regulación propuesta:.....	6
3. Indique el tipo de ordenamiento jurídico propuesto:	7
APARTADO II.- IDENTIFICACIÓN DE LAS POSIBLES ALTERNATIVAS A LA REGULACIÓN	9
4. Señale y compare las alternativas con que se podría resolver la problemática que fueron evaluadas, incluyendo la opción de no emitir la regulación. Asimismo, indique para cada una de las alternativas consideradas una estimación de los costos y beneficios que implicaría su instrumentación:	9
5. Justifique las razones por las que la regulación propuesta es considerada la mejor opción para atender la problemática señalada:	13
6. Describa la forma en que la problemática se encuentra regulada en otros países y/o las buenas prácticas internacionales en esa materia:.....	14
APARTADO III.- IMPACTO DE LA REGULACIÓN	21
7. Indique los riesgos que buscan ser mitigados o prevenidos con la aplicación de la regulación, como puede ser en materia de salud humana, animal o vegetal, seguridad, seguridad laboral, seguridad alimentaria, medio ambiente o protección a los consumidores. Asimismo, indique la población o industria potencialmente afectada y su magnitud, el tipo de riesgo, afectación o daño probable, el origen y área geográfica del riesgo, la probabilidad de ocurrencia del mismo y la categoría en que se ubica (aceptable, bajo, moderado, alto o catastrófico):	21
8. Indique las acciones regulatorias, obligaciones, requisitos, especificaciones técnicas, certificaciones, esquemas de supervisión o inspección o cualquier otra medida aplicable a cada uno de los riesgos antes identificados, como consecuencia de la implementación de la regulación, así como algún indicador (estadísticas, estimaciones, etc.) que permita dimensionar la situación actual y medir su evolución en el tiempo. Asimismo, justifique la forma en que considera que estas acciones permitirán reducir, mitigar o atenuar el riesgo correspondiente:.....	22
9.1 Para determinados grupos o sectores específicos, ¿existen riesgos que varían en magnitud dependiendo del sujeto, objeto o situación en el que se presentan?:.....	33
9.3 En cualquier caso, indique ¿por qué?:	33
9.4 De ser el caso, ordene dichos riesgos del mayor al menor y señale si puede ser aplicable una propuesta en la que se apliquen medidas diferenciadas para administrar cada nivel de riesgo aplicable:	33
9.2 En caso afirmativo, ¿se justifica la necesidad de establecer medidas regulatorias similares?:	34
10.1 Atendidos con la regulación:.....	35

10.2 En caso de ser afirmativa, indique cuáles son estos riesgos, así como el grupo, sector o población afectada por ellos y una justificación de cómo estos son mayores o menores a los que pretenden ser atendidos con la regulación:	35
10.3 ¿Se identifica la aparición de nuevos riesgos como resultado de las medidas aplicadas para la mitigación de los riesgos que forman parte de la problemática inicial?:.....	36
11. ¿La regulación propuesta crea, modifica o elimina trámites?:	37
12. Seleccione las disposiciones, obligaciones y/o acciones distintas a los trámites y a aquellas que atienden o mitigan una situación de riesgo, que correspondan a la propuesta:	41
13. Proporcione la estimación de los costos que supone la regulación para cada particular, grupo de particulares o industria:	49
14. Proporcione la estimación de los beneficios que supone la regulación para cada particular, grupo de particulares o industria:.....	53
15. Justifique que los beneficios de la regulación son superiores a sus costos.	58
16. ¿La propuesta de regulación contempla esquemas que impactan de manera diferenciada a sectores, industria o agentes económicos? (Por ejemplo, a las micro, pequeñas y medianas empresas):.....	59
APARTADO IV. CUMPLIMIENTO Y APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	60
17. Describa la forma y/o los mecanismos a través de los cuales se implementará la regulación (incluya recursos públicos):.....	60
18. Describa los esquemas de inspección, verificación, vigilancia, certificación, acreditación y sanciones que se aplicarán para garantizar el cumplimiento de la regulación: *	66
18.1 Precise los resultados esperados de la aplicación de dichos esquemas y mecanismos:	66
18.2 ¿Estos esquemas se aplicarán de la misma manera para todos los sujetos y materias reguladas o se prevén una aplicación diferenciada en función de los riesgos que se están regulando?:	67
18.3 Presente los indicadores y estadísticas como el número de verificaciones, las sanciones aplicadas, organismos de certificación, unidades de verificación, terceros autorizados y recursos interpuestos contra la regulación implementada, con los que se pretende dar seguimiento a la regulación propuesta:	67
APARTADO V. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA	68
19. Describa la forma y los medios a través de los cuales se evaluará el logro de los objetivos de la regulación: *	68
APARTADO VI. CONSULTA PÚBLICA	69
20. ¿Se consultó a las partes y/o grupos interesados para la elaboración de la regulación?: *..	69
21. Indique las propuestas que se incluyeron en la regulación como resultado de las consultas realizadas: *	96

APARTADO VII. ANEXOS	96
----------------------------	----

FORMULARIO

APARTADO I.- DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS GENERALES DE LA REGULACIÓN

1. Describa los objetivos generales de la regulación propuesta:

R=

La regulación propuesta tiene el objetivo general de dotar de mayor seguridad jurídica en las relaciones de consumo tanto a los consumidores como a los proveedores, a través de la implementación de mecanismos eficaces para que, por una parte, se garanticen, promuevan y protejan los derechos del consumidor, y por la otra, se otorgue certeza a los proveedores en cuanto a la forma en la que deben dar cumplimiento a la Ley Federal de Protección al Consumidor, y así evitar ser sancionados por su inobservancia.

Para efecto de lo anterior, en la propuesta regulatoria que se presenta, se incluyen tres nuevas figuras:

1. Alertas y llamados a revisión;
2. Políticas de compensación por demoras y retrasos de vuelos; y
3. La revisión voluntaria de la publicidad que sometan los proveedores a esta Procuraduría, previo a su difusión.

Con la inclusión de la nueva figura de alertas y llamados a revisión, los consumidores podrán identificar un bien o producto defectuoso o dañino que pueda ser riesgoso para su vida, salud o economía. Además, ante el problema de información asimétrica identificado, el consumidor afectado contará con un mecanismo que le permita la posibilidad de obtener la reposición, reparación, o compensación del bien dañado. Asimismo, la regulación establece una herramienta de señalización con la que identifica productos defectuosos para que los consumidores puedan tomar mejores decisiones de consumo, con base en información veraz, comprobable y clara. Por el lado de las externalidades, la regulación implementa mecanismos para que los proveedores restituyan a los consumidores afectados por un bien, producto defectuoso o dañino, o por un servicio que no cumpla con las disposiciones jurídicas aplicables, a fin de proteger los derechos del consumidor.

Por su parte, con la figura de las políticas de compensación por demoras y retrasos de vuelos, los consumidores podrán conocer y hacer uso de los mecanismos para ejercer sus derechos ante las demoras y retrasos de vuelos, evitando externalidades en su perjuicio.

Con el diagnóstico previo de una publicidad, se podrá evitar un riesgo potencial que afecte a los consumidores derivado de una publicidad engañosa o confusa, favoreciendo de esta manera los derechos de los gobernados, así como corrigiendo fallas de mercado.

Adicionalmente, los proveedores también serán beneficiados al tener certeza jurídica en cuanto a las acciones que deben realizar ante la Procuraduría para la reposición del bien o producto, o por el retraso o demora de algún vuelo, evitando con ello abusos incluso de algunos consumidores que pudieran exigir un derecho que no les corresponde. Además, al someter su publicidad a un diagnóstico previo de la Procuraduría, se evitará la difusión de una publicidad engañosa y abusiva, que pueda ser materia de un procedimiento y sanción, y genere una pérdida económica para su industria.

Cabe precisar que con la presente propuesta regulatoria se busca dar cumplimiento al Quinto Transitorio del *“Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor”*, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de enero de 2018, a fin de reglamentar las nuevas disposiciones normativas de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y establecer los mecanismos a través de los cuales se materializarán las nuevas figuras.

En este sentido, con la regulación propuesta se busca disminuir la asimetría de derechos existentes entre consumidores y proveedores en las relaciones de consumo, a través de la ejecución de mecanismos que permitan garantizar la existencia de certeza y seguridad jurídica entre las partes, así como relaciones de consumo más sanas.

Finalmente, con esta propuesta de reglamento se armoniza el marco jurídico en materia de protección al consumidor, respecto de las disposiciones legales que han sido emitidas o actualizadas recientemente, como es el caso de la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley de Aviación Civil.

2. Describa la problemática o situación que da origen a la intervención gubernamental a través de la regulación propuesta:

R= Derivado de la reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de enero de 2018, y a la Ley de Aviación Civil del 26 de junio de 2017, se identificó la existencia de deficiencias en las relaciones de consumo entre proveedores y consumidores relacionados con información asimétrica y externalidades que deben ser normados por el Reglamento para su operatividad.

Una de ellas es la que se materializa en la calidad de los productos que los consumidores adquieren sin tener pleno conocimiento de las características o defectos que pudiera tener el bien o servicio que se obtiene. Asimismo, se identificaron problemas de externalidades, en el supuesto de que ante un posible defecto en los bienes o servicios comercializados, el proveedor no asume el costo de reparación, reposición o compensación que finalmente asume al consumidor en su perjuicio.

Por otro lado, se identificó una importante problemática consistente en el incumplimiento de las aerolíneas, derivada de los retrasos de vuelos, toda vez que, en general, los consumidores no eran compensados o retribuidos por dichos retrasos o demoras. Asimismo, se identificaron problemas de externalidades, como consecuencia de los retrasos y demoras de vuelos, que el proveedor no asumía y que cubría el consumidor (alimentación, hospedaje y traslado).

En materia publicitaria, se advierte que existe información asimétrica en favor de los proveedores, pues en ocasiones la publicidad que se realiza de bienes o productos puede ser engañosa, e inducir al error o confusión del consumidor, respecto de las características y calidad de los productos o servicios. Por ello, se identificaron problemas de externalidades en perjuicio del consumidor, que pueden ser prevenidas cuando previo a la emisión de la publicidad, los proveedores la someten a la revisión de la Procuraduría, a fin de prevenir que no sea engañosa o abusiva. Este mecanismo puede constituir una herramienta de referencia para los proveedores en beneficio de los consumidores.

Por último, es importante señalar que la emisión del presente instrumento responde a la necesidad de actualizar el marco jurídico, derivado de la emisión de las reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor y a la Ley de Aviación Civil. En este sentido, la generalidad que caracteriza a las disposiciones legales en dichas leyes no resulta suficiente, sino que resulta necesario que se especifique la manera en la que se llevarán a cabo en un Reglamento; de ahí la necesidad de su emisión.

3. Indique el tipo de ordenamiento jurídico propuesto:

R=Reglamento Federal

Asimismo, señale si existen disposiciones jurídicas vigentes directamente aplicables a la problemática materia del anteproyecto. Enumérelas y explique por qué son insuficientes para atender la problemática identificada:

Disposiciones jurídicas vigentes#1

R= La Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley de Aviación Civil, no resultan suficientes debido a la generalidad que caracteriza a las disposiciones legales, lo que puede obstaculizar el debido ejercicio de los derechos a los gobernados y comprometer la debida vigilancia por parte de la autoridad. En este sentido, es necesario que las figuras incorporadas en el presente anteproyecto, se regulen de manera más específica en el mismo.

Para el caso de la emisión de alertas, esta Procuraduría cuenta con el *“Protocolo de acción en materia de gestión de alertas y seguridad de producto”*, de carácter interno aunque ha sido aceptado por los proveedores para la emisión de alertas y, cuyo objetivo general es conocer los pasos para emitir o publicar una alerta rápida; sin embargo, este instrumento resulta insuficiente para dar sustento a los actos administrativos que emita la Procuraduría, pues para tales efectos y de acuerdo con el principio de legalidad, todos los actos que emita cualquier autoridad deben estar fundados y motivados, por lo que el instrumento jurídico idóneo para cumplir con este mandato es la presente propuesta regulatoria. Ésta tiene como finalidad reglamentar lo ya dispuesto por la ley, cumpliendo de esta manera con el principio de legalidad establecido en el artículo 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con el que se dará sustento a los actos que emita la Procuraduría por medio de un ordenamiento de jerarquía superior al Protocolo existente, que además tendrá el carácter de vinculante para los gobernados y no sólo para los servidores públicos, como hasta ahora sucede con el mencionado Protocolo.

Ahora bien, con base en la reforma del 11 de enero de 2018 a la Ley Federal de Protección al Consumidor, se implementó el siguiente sitio Web:

<https://www.gob.mx/profeco/documentos/diagnostico-publicitario-copy-advice?state=published>

Mediante éste, la Procuraduría Federal del Consumidor pone a disposición el servicio de diagnóstico publicitario, y de esta manera se revisa la publicidad de los proveedores antes de que se difunda en medios de comunicación, emitiendo una opinión no vinculante.

De igual manera, dicho mecanismo resulta insuficiente para la operatividad del servicio de diagnóstico publicitario, ya que es necesario señalar especificaciones que estén

sustentadas en un instrumento jurídico que brinde mayor certeza jurídica a los particulares, como lo es la presente propuesta regulatoria.

APARTADO II.- IDENTIFICACIÓN DE LAS POSIBLES ALTERNATIVAS A LA REGULACIÓN

4. Señale y compare las alternativas con que se podría resolver la problemática que fueron evaluadas, incluyendo la opción de no emitir la regulación. Asimismo, indique para cada una de las alternativas consideradas una estimación de los costos y beneficios que implicaría su instrumentación:

Alternativas#1*

R= No emitir regulación alguna.

En caso de que no se emitiera regulación alguna, no se tendría la fuerza coercitiva, ni el mecanismo mediante el cual habrá de cumplirse con la obligación, para que a través de su observancia, se cumplan debidamente las disposiciones mandatadas por la ley. Por ello, en el supuesto de no emitir regulación alguna al respecto, no hay certeza de que los proveedores cumplan con lo previsto en la Ley, y en consecuencia, que se afecte de manera sistemática los derechos de los consumidores, quienes son la parte más vulnerable en la relación de consumo.

Cabe precisar que no se puede dejar al arbitrio de los proveedores el cumplimiento de una norma jurídica, aunado a que derivado de la aprobación y publicación de la reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor, la elaboración del Reglamento de dicha ley, se estableció como una obligación en el artículo Quinto Transitorio del Decreto de reforma a Ley, por lo que de no cumplir con el mismo se estaría incurriendo en un incumplimiento a un mandato legislativo.

En materia de las tres figuras que se proponen (alertas y llamados a revisión, registro de políticas de compensación por demoras y retrasos, y revisión voluntaria de la publicidad) es necesario emitir una regulación, toda vez que es preciso establecer un procedimiento específico mediante el cual se lograrán materializar. El anteproyecto presentado prevé dicho procedimiento, lo que a su vez constituye una ventaja tanto para proveedores como consumidores, dado que, por un lado, los consumidores podrán identificar un bien o producto o bien defectuoso o dañino que sea peligroso para su vida, salud, seguridad o economía; también podrán conocer la manera de ejercer sus derechos ante las demoras y retrasos de vuelos, e inclusive, se podrá evitar un riesgo potencial que afecte su vida, salud, seguridad o economía derivado de una publicidad engañosa o confusa. Por otro lado, los proveedores también serán beneficiados al tener certeza jurídica en cuanto a las acciones que deben realizar ante la Procuraduría para la reposición del bien o producto, o por el retraso o demora de algún vuelo, evitando con ello abusos incluso de algunos consumidores que pudieran exigir un derecho que no les corresponde. Además, al someter a la publicidad a un diagnóstico previo de la Procuraduría, se evitará la difusión de una publicidad engañosa y abusiva, que pueda ser materia de un procedimiento y sanción, y genere una pérdida económica para su industria.

Cabe precisar que toda vez que las nuevas figuras propuestas tienen como objetivo primordial la prevención de alguna afectación en la economía, salud y seguridad de los consumidores, otorgar certeza en cuanto a la manera en la que los proveedores serán compensados ante retrasos por demoras o cancelaciones de vuelos, y prever una posible afectación por una publicidad engañosa o abusiva, es fundamental que se encuentren previstas en un ordenamiento jurídico reglamentario, además de que derivado de la aprobación y publicación de la reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor, se estableció como una obligación en el artículo Quinto Transitorio del Decreto de reforma a Ley, la reforma a su reglamento, por lo que de no cumplir con el Transitorio se estaría incurriendo en un incumplimiento a un mandato legislativo.

Por el contrario, una de las grandes desventajas de la no emisión de la regulación propuesta, la constituye la incertidumbre jurídica en la que se dejaría a los gobernados, quienes no tendrían certeza de sus derechos y la manera de ejercerlos. De ahí que el desconocimiento de sus derechos podría tener como consecuencia la comisión de abusos por parte de los proveedores; asimismo, la no emisión de la regulación podría generar un perjuicio a los proveedores al tener incertidumbre jurídica respecto de las acciones que debe realizar ante la Procuraduría para la reposición del bien o producto o por el retraso o demora de algún vuelo, además de que, al no contar con la posibilidad de someter su publicidad a un diagnóstico previo de la Procuraduría, los proveedores podría ser sujetos de un procedimiento o sanción, lo cual redundaría en pérdidas económicas a sus empresas e industria. Finalmente, la no emisión de la propuesta regulatoria generaría una responsabilidad para la Procuraduría, ante el incumplimiento de la obligación contenida en el artículo Quinto Transitorio del Decreto de reforma a Ley Federal de Protección al Consumidor.

Descripción de las alternativas y estimación de los costos y beneficios#1*

R= Operar con las disposiciones previstas en la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley de Aviación Civil, no resulta viable en virtud de que las Leyes no poseen la especificidad necesaria para garantizar que, de manera uniforme, se atiendan, resuelvan y señalen los eventos de compraventa en los que el bien o servicio comercializado se encuentre defectuoso o dañado, o bien, en la manera en la que se compensará a un consumidor por la demora o retraso en algún vuelo. Por ello, se considera que esta posibilidad obstaculizaría significativamente a la Procuraduría en el ejercicio de sus atribuciones de supervisión y vigilancia, en perjuicio de los derechos de los consumidores, permitiendo la generación de externalidades, así como la presencia de información asimétrica en beneficio de los proveedores.

Alternativas#2*

R= Otro tipo de regulación

Descripción de las alternativas y estimación de los costos y beneficios#2*

R= La no emisión de la regulación de las alertas y llamados a revisión dejaría a los consumidores en estado de indefensión, vulnerando sus derechos, como lo son su derecho

a la protección, el derecho a elegir, el derecho a la seguridad y calidad, su derecho a la compensación y el derecho a la información. Todos éstos, derechos que tutela nuestra Carta Magna en su artículo 28, mismo que establece lo siguiente:

“La ley protegerá a los consumidores y proporcionará su organización para el mejor cuidado de sus intereses”.

En ese tenor, la emisión de las alertas tiene por objeto hacer del conocimiento de la población en general aquellos productos que pueden representar un riesgo para la vida, la salud y seguridad de los consumidores, para lo cual se han intensificado esfuerzos a fin de detectar este tipo de productos, no sólo de las visitas de verificación que se realizan o por medio del intercambio de información con diversas agencias de protección al consumidor, sino mediante el rastreo de productos mediante los diversos portales de internet con la finalidad de detectar productos riesgosos, para que, en su momento, se solicite a los proveedores o fabricantes de los mismos en nuestro país, proporcionen información sobre los mismos, a efecto de determinar la viabilidad de emitir una alerta.

No es posible emitir un instrumento distinto al Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en virtud de que la Ley es muy expresa, en sus artículos Cuarto y Quinto Transitorios, respecto a la obligación de emitir el presente instrumento, en los términos y alcance que prevé el anteproyecto de referencia.

Adicionalmente, es indispensable reglamentar las disposiciones previstas en la Ley Federal de Protección al Consumidor, toda vez que la ley únicamente prevé generalidades, las cuales deben plantearse en un procedimiento que no puede establecerse en la ley, sino en ordenamiento secundario como un reglamento. De lo contrario sería imposible materializar y operar las nuevas figuras previstas en la ley.

Además, aún y cuando se puede hacer uso de algunas disposiciones en normas oficiales mexicanas, de lineamientos u otros instrumentos jurídicos que se previeron, el Reglamento de la Ley constituye un instrumento imprescindible en el marco normativo de la Institución ya que hay señalamientos expresos en la LFPC que remiten al mismo. Cabe aclarar, incluso, que conforme a la estructura y contenido de la propuesta regulatoria, también se considera la emisión de lineamientos o criterios complementarios, derivados de las disposiciones de la ley y del mismo Reglamento propuesto.

Alternativas#3*

R= Esquemas voluntarios

Descripción de las alternativas y estimación de los costos y beneficios#3*

R= Permitir a los proveedores que *motu proprio* realicen la compensación, reposición o reparación de los bienes o servicios que por cualquier motivo hayan sido comercializados con algún daño o defecto, puede comprometer la efectividad con la que se atienden y resuelven este tipo de situaciones en México, lo cual repercute en el ejercicio de los derechos de los consumidores.

Ahora bien, en caso de permitir que los proveedores continúen incumpliendo con lo ofertado en sus vuelos, sin que su incumplimiento sea sancionable o tenga alguna consecuencia, hace más visible la relación asimétrica entre los proveedores y consumidores, y que incluso, se merme la calidad de los servicios, perpetuando las fallas de mercados en las relaciones de consumo.

5. Justifique las razones por las que la regulación propuesta es considerada la mejor opción para atender la problemática señalada:

R= La propuesta presentada es la mejor opción para el cumplimiento, toda vez que al tener el carácter coercitivo, por ser una norma jurídica, obliga a su cumplimiento por parte de los gobernados, ya que en caso de que no se observen las disposiciones previstas en el ordenamiento se prevé una sanción. Una norma de menor categoría jerárquica no tiene esas características.

Adicionalmente, es indispensable reglamentar las disposiciones previstas en la Ley Federal de Protección al Consumidor, toda vez que la ley únicamente prevé generalidades, las cuales deben plantearse en un procedimiento que no puede establecerse en la ley, sino en ordenamiento secundario como un reglamento, de lo contrario sería imposible materializar y operar las nuevas figuras previstas en la ley.

Ahora bien, con la emisión de la propuesta regulatoria se pretende solucionar las desventajas a las que se hizo alusión en la respuesta a la pregunta 4 del presente apartado, en razón de que con la inclusión de las nuevas figuras (alertas y llamados a revisión, registro de políticas de compensación por demoras y retrasos, y revisión voluntaria de la publicidad), los consumidores podrán:

- Identificar un bien o producto o bien defectuoso o dañino que sea peligroso para su vida, salud, seguridad o economía;
- Conocer la manera de ejercer sus derechos ante las demoras y retrasos de vuelos;
- Evitar un riesgo potencial que afecte su vida, salud, seguridad o economía derivado de una publicidad engañosa o confusa.

Adicionalmente, los proveedores también serán beneficiados al tener certeza jurídica en cuanto a las acciones que debe realizar ante la Procuraduría para la reposición del bien o producto o por el retraso o demora de algún vuelo, evitando con ello abusos incluso de algunos consumidores que pudieran exigir un derecho que no les corresponde. Además, al someter al someter su publicidad a un diagnóstico previo de la Procuraduría, se evitará la difusión de una publicidad engañosa y abusiva, que pueda ser materia de un procedimiento y sanción, y genere una pérdida económica para su empresa o industria.

6. Describa la forma en que la problemática se encuentra regulada en otros países y/o las buenas prácticas internacionales en esa materia:

R=

Alertas y llamados a revisión

- **Unión Europea¹**

1. La Directiva 2001/95/EC del Parlamento Europeo, establece en su artículo 8, la facultad de las autoridades competentes de los estados miembros para adoptar, entre otras, las siguientes medidas:

- A. Para todos los productos:
 - Organizar verificaciones adecuadas de las características de seguridad de los productos de alcance suficiente, incluso después de haber sido puestos en el mercado como productos seguros, hasta la última fase de utilización o de consumo.
 - Exigir toda la información necesaria a las partes interesadas.
 - Recoger muestras de los productos para someterlas a análisis de seguridad.
- B. Para todo producto que pueda presentar riesgos en determinadas condiciones:
 - Exigir que consten en el producto las advertencias pertinentes, redactadas de forma clara y fácilmente comprensible, sobre los riesgos que pueda entrañar, en las lenguas oficiales del Estado miembro en el que se comercialice.
 - Imponer condiciones previas a la puesta en el mercado del producto, a fin de que sea seguro.
- C. Para todo producto que pueda presentar riesgos para determinadas personas: disponer que dichas personas sean inmediatamente informadas de manera adecuada sobre dicho riesgo, entre otras cosas, mediante la publicación de avisos especiales;
- D. Para todo producto que pueda ser peligroso: prohibir temporalmente, durante el período necesario para efectuar las diferentes inspecciones, verificaciones o evaluaciones de seguridad, que se suministre, se proponga su suministro o se exponga;
- E. Para todo producto peligroso: prohibir su puesta en el mercado y establecer las medidas complementarias necesarias para garantizar el cumplimiento de esta prohibición;
- F. Para todo producto peligroso que ya haya sido puesto en el mercado:
 - Ordenar u organizar la retirada efectiva e inmediata, alertando a los consumidores de los riesgos que entrañe.
 - Ordenar o coordinar o, en su caso, organizar con los productores y distribuidores la recuperación del producto ya suministrado a los consumidores y la destrucción del producto en condiciones apropiadas.

¹ Directiva 2001/95/EC del Parlamento Europeo

2. Cuando las autoridades competentes de los estados miembros adopten las medidas previstas en el apartado 1 y, en particular, las indicadas en las letras d) a f), actuarán de conformidad con lo dispuesto en el tratado y garantizando que las medidas se apliquen de forma proporcional a la gravedad del riesgo, teniendo en cuenta el principio de cautela.

Derivado de lo anterior, se estimula y favorece la actuación voluntaria de productores y distribuidores, de acuerdo con las obligaciones que les competan, en virtud de la referida directiva, o mediante la elaboración de códigos de buena conducta.

3. En particular, las autoridades competentes tendrán la facultad de emprender las actuaciones necesarias para aplicar con la debida celeridad las medidas apropiadas, como las que se mencionan en las letras b) a f) del apartado 1, en el caso de productos que presenten un riesgo grave. Los estados miembros determinarán y juzgarán caso por caso estas circunstancias según sus características intrínsecas.

4. Las medidas que deberán adoptar las autoridades competentes en virtud del presente artículo se dirigirán, según el caso:

- a) Al productor;
- b) A los distribuidores (dentro de los límites de sus respectivas actividades) y en particular, al responsable de la distribución inicial en el mercado nacional;
- c) A cualquier otra persona (si fuera necesario), con vistas a la colaboración en las acciones emprendidas para evitar los riesgos derivados de un producto.

- **Estados Unidos²**

La Comisión para la Seguridad de los Productos de Consumo de los Estados Unidos (CPSC), es un organismo regulador independiente, responsable de proteger al público contra riesgos no razonables de lesión y muerte, relacionados con los productos de consumo.

En virtud de la Ley sobre la Seguridad de los Productos de Consumo (CPSA), secciones 2051 a 2089 del Título 15 del Código de los Estados Unidos, aprobada por el Congreso de los Estados Unidos, la CPSC tiene jurisdicción sobre aproximadamente 15.000 clases distintas de productos utilizados dentro y fuera de la casa, en las escuelas, los espacios de recreación y otros lugares.

Por su parte, la sección 15 b de la CPSA, establece los requisitos para la presentación de informes por los fabricantes, importadores, distribuidores y minoristas de productos de consumo o de otros productos o sustancias distribuidos en el mercado sobre los cuales la Comisión tiene jurisdicción.

Cada uno de ellos, debe notificar de inmediato a la Comisión si recibe información que permita concluir razonablemente que un producto distribuido en el mercado perfecciona alguna de las siguientes hipótesis:

² CPSC, Manual para el Retiro de Productos del Mercado, 2012

1. no cumple con alguna CPSA vigente o con alguna norma voluntaria sobre la seguridad de los productos de consumo que se haya incorporado;
2. no cumple con cualquier otra ley, reglamentación, norma o prohibición de la CPSA o cualquier otra ley implementada por la Comisión, entre ellas las siguientes: la Ley sobre Telas Inflamables secciones 1193 a 1204 del Título 15 del Código de los Estados Unidos; la Ley Federal sobre Sustancias Peligrosas, secciones 1261 a 1278 del Título 15 del Código de los Estados Unidos, la Ley para la Prevención de las Quemaduras con Gasolina en los Niños, Ley Pública 110-278 (17 de julio de 2008), la Ley Virginia Graeme Baker de Seguridad en Piscinas y Spas, Ley Pública 110-140 (en su forma enmendada), la Ley sobre Empaques para Prevenir Envenenamientos, secciones 1471 a 1476 del Título 15 del Código de los Estados Unidos y la Ley de Seguridad de los Refrigeradores, secciones 1211 a 1214 del Título 15 del Código de los Estados Unidos;
3. tiene un defecto que podría crear un peligro considerable, o
4. crea un riesgo no razonable de lesión grave o muerte.

Asimismo, la Comisión ha emitido un reglamento interpretativo, situado en la parte 1115 del Título 16 del Código de Reglamentos Federales, la cual establece la obligación de las compañías de realizar los informes correspondientes.

De igual modo, la sección 37 de la CPSA exige que los fabricantes de productos de consumo informen acerca de los juicios que hayan culminado mediante acuerdos extrajudiciales o por la emisión de un fallo. En este sentido, los fabricantes deben informar si se actualiza alguno de los siguientes supuestos:

- Algún modelo del producto en particular está sujeto al menos a tres demandas civiles presentadas ante tribunales federales o estatales
- En cada juicio se alega que ese modelo en particular está implicado en una muerte o lesión corporal grave; a saber, mutilación o desfiguramiento, desmembramiento o amputación, pérdida de funciones corporales importantes o afección interna con efectos debilitantes, lesiones que probablemente exijan una hospitalización prolongada, quemaduras graves, descarga eléctrica intensa u otras lesiones de similar gravedad.
- Durante alguno de los siguientes periodos bianuales especificados en la ley, cada una de las tres demandas ha concluido ya sea en un arreglo extrajudicial con el fabricante o en un fallo del tribunal a favor del demandante:

1 de enero de 2011 – 31 de diciembre de 2012

1 de enero de 2013 – 31 de diciembre de 2014

1 de enero de 2015 – 31 de diciembre de 2016

1 de enero de 2017 – 31 de diciembre de 2018

- El fabricante participa en la defensa o tiene conocimiento previo de cada una de las demandas antes del fallo definitivo y si asume parte de alguna obligación establecida en el arreglo o el fallo para resarcir al demandante.

Por su parte, la Sección 102 de la Ley de Protección de la Seguridad de los Niños exige que las compañías informen a la Comisión acerca de ciertos incidentes de asfixia. El fabricante, distribuidor, minorista e importador de bolitas o pelotas con un diámetro de 1,75" (4,4 cm) o menos, globos de látex u otras piezas pequeñas, juguetes o juegos que contengan dichas bolitas, pelotas, globos o piezas pequeñas debe presentar información que lógicamente permita concluir:

- i. Que el niño (sin importar la edad) se asfixió con dicha bolita, pelota o pieza pequeña; y
- ii. Que como consecuencia del incidente, el niño murió, sufrió lesiones graves, dejó de respirar por algún tiempo o fue atendido por un profesional de la salud.

En materia de diagnóstico publicitario

- **Reino Unido³**

En el Reino Unido, esta figura se denomina *Copy Advice (CAP)*, y está regulada en el Código Británico de Publicidad, Promoción de Ventas y Marketing Directo; su objetivo es asegurar que los anuncios sean legales, decentes, honestos y veraces.

Por otra parte, aunque la Oficina de Comunicación del Reino Unido (OFCOM) es el organismo regulador de la publicidad en los medios de comunicación (televisión y radio), ésta ha delegado la responsabilidad del cumplimiento de los códigos de publicidad de la radiodifusión a la Autoridad de Estándares de Publicidad (ASA), un ente regulador independiente de la publicidad en todos los medios de comunicación en ese país.

El *Copy Advice* es un servicio de asesoramiento previo a la publicación de información comercial, está dirigido a la industria publicitaria con la finalidad de evitar publicidad comercial engañosa.

En concordancia con lo anterior, el Centro de Autorización de la Publicidad en Medios de Difusión verifica previamente los anuncios de las emisoras de televisión antes de que salgan al aire, eliminando previo a su transmisión, los elementos que incumplan lo establecido en los códigos de publicidad; algo semejante ocurre con el Centro de Autorización de la Publicidad en Radio, que verifica los anuncios de radio nacionales y los de categorías específicas antes de que sean emitidos.

En materia de políticas de compensación en vuelos aéreos⁴

- **Unión Europea (UE)**

La Unión Europea regulan los servicios de transporte aéreo a través del reglamento (EC) No. 261/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo del 11 de febrero de 2004, el cual

³ OECD, Industry Self-Regulation: Role and Use in Supporting Consumer interests, 2015

⁴ ICAO, Assistance to Passengers in Case of Airport/Airline Disruptions, 2018

establece las reglas comunes de compensación y ayuda a los pasajeros en el caso de negativa de abordaje, cancelación o largo retraso de vuelos.

Este reglamento aplica en todos los estados miembros de la Unión Europea, Islandia, Noruega y Suiza. Por consiguiente, regula todos los vuelos provenientes de un estado donde el reglamento sea vigente, así como a vuelos con destino a esos mismos países pero que sean operados por una aerolínea registrada en un país donde el reglamento sea aplicable.

Con relación a la cancelación de vuelos, la compañía tiene la obligación de reembolsar al pasajero el precio pagado por su boleto o redirigirlo a su destino final. Si el pasajero elige ser redirigido a su destino final, se le deben proveer algunos servicios extraordinarios, como el acceso libre a comunicaciones, refrigerios, comidas y en caso de que el próximo vuelo disponible sea el día siguiente, hospedaje.

En adición a lo anterior, se debe compensar al pasajero, salvo en los casos que operen las siguientes excepciones:

- Si la cancelación es anunciada con dos semanas de antelación;
- Si entre el plazo de dos semanas y siete días de la fecha programada de salida, la compañía ofrece una redirección que permita a los pasajeros despegar dos horas antes de la hora programada de salida y llegar a su destino final hasta cuatro horas después de la hora programada de llegada;
- Si en el plazo de siete días antes de la fecha programada de salida, la compañía ofrece una redirección permitiendo a los pasajeros despegar una hora antes de la hora programada de salida y llegar a su destino final hasta dos horas después de la hora programada de llegada.

Como consecuencia de lo anterior, la cantidad de la compensación depende de la duración del vuelo y se rige de las siguientes reglas:

- para todos los vuelos menores de 1,500 km, la compensación será de 250 euros;
- Para vuelos entre 1,500 y 3,500 km, y vuelos intracomunitarios de más de 1,500 km la compensación será de 400 euros;
- Para vuelos no intracomunitarios de más de 3,500 km, la compensación será de 600 euros.

Cabe añadir, que en los supuestos de cancelación no atribuibles a las aerolíneas, por circunstancias extraordinarias que no pudieron evitar, como inestabilidad política, condiciones meteorológicas incompatibles con la operación del vuelo involucrado, riesgos de seguridad, limitaciones de seguridad de vuelo inesperadas y huelgas, la compañía tiene la obligación de reembolsar a los pasajeros o redirigirlos a su destino final.

Si el pasajero elige ser redirigido a su destino final, se le deben proveer servicios extraordinarios. Por el contrario, la compañía no está obligada a compensar al pasajero si la cancelación se debe a circunstancias extraordinarias.

Las resoluciones de la Corte de Justicia de la Unión Europea contribuyen a entender lo que debe ser considerado una circunstancia extraordinaria. De acuerdo con el órgano jurisdiccional, en caso de problemas técnicos, las circunstancias extraordinarias deben estar relacionadas a un evento que cumple con dos condiciones acumulativas: primero, no es inherente en el ejercicio normal de la actividad de la compañía aérea involucrada; y segundo, está más allá del control real de esa compañía por su naturaleza u origen.

En los casos de retraso dentro del control de las aerolíneas, se establecen las siguientes reglas:

- Cuando el vuelo se retrasa por dos horas o más para vuelos de 1,500 km o menos, tres horas para vuelos entre 1,500 km y 3,500km y para todos los vuelos intracomunitarios de más de 1,500 km, deben proveerse al pasajero los servicios extraordinarios.
- Cuando el vuelo se retrasa por más de cinco horas, el pasajero tiene derecho a un reembolso completo del precio del boleto.
- La Corte de Justicia de la Unión Europea también determinó en la *Decisión Sturgeon* que un retraso de más de tres horas puede ser considerado una cancelación. En ese caso, las mismas obligaciones son aplicables a la compañía.

En los casos de retraso fuera del control de las aerolíneas, se establecen las siguientes reglas:

- Si el retraso es causado por circunstancias extraordinarias, no se requiere que la compañía compense a los pasajeros. Sin embargo, todavía se requiere que la compañía provea los servicios previamente mencionados, así como el reembolso del precio del boleto al pasajero, si el retraso excede cinco horas.
- Para el caso de negativa de abordaje por sobreventa, la compañía debe reembolsar al pasajero o redirigirlo a su destino final. Si el pasajero elige ser redirigido, la aerolínea tiene que compensarlo y proveer los servicios previamente mencionados.

- **Canadá**

La Agencia Canadiense de Transporte (CTA) es la responsable de imponer medidas sobre los derechos de los pasajeros. Hasta las reformas recientes, las aerolíneas solo eran requeridas a preparar y aplicar sus propias tarifas individuales incluyendo términos razonables. De acuerdo con la Ley de Modernización del Transporte que entró en vigor el 23 de mayo de 2018, la CTA es la encargada de elaborar la normatividad que defina la responsabilidad de las aerolíneas en caso de interrupciones de vuelo.

- **Estados Unidos**

En Estados Unidos, la regulación en esta materia se establece en el reglamento de protección al consumidor específico a la aviación. Además, se adoptaron diferentes reglas incluyendo los derechos de los pasajeros en el Código de Reglamentos Federales en el Título 14. Aeronáutica y Espacio.

En lo concerniente a vuelos que van de, desde y dentro de Estados Unidos, el código referido establece que la compañía tiene la obligación de informar a los pasajeros el cambio de estatus de un vuelo dentro de los 30 minutos siguientes al momento en que se enteró del cambio del estatus del vuelo.

Asimismo, la normativa establece que la aerolínea tiene las mismas responsabilidades si la cancelación se encuentra dentro o fuera de su control.

En lo que concierne al retraso dentro del control de las aerolíneas, en el caso de la retención de una aeronave en el suelo antes del despegue o después del aterrizaje sin oportunidad para sus pasajeros de bajar del avión (*tarmac delays*), en vuelos que van de, desde y dentro de Estados Unidos, la compañía tiene la responsabilidad de regresar a la puerta y permitir que los pasajeros bajen del avión después de un retraso de tres horas en vuelos nacionales y de cuatro horas en vuelos internacionales, a menos que por razones de seguridad se les impida hacerlo.

Por consiguiente, después de un retraso de 2 horas, la compañía debe proveer comida y refrigerios a los pasajeros, quienes en todo momento deben tener acceso a los sanitarios y asistencia médica. Cada treinta minutos, los pasajeros deben ser informados del estado del vuelo y de las razones del retraso.

En caso de negativa de abordaje por sobreventa de vuelos provenientes de Estados Unidos, la compañía tiene que ofrecerle al pasajero la redirección al destino y una compensación si la llegada a su destino es una hora después de la hora programada de llegada en el vuelo inicial.

Si el pasajero llega a su destino dentro de las cuatro horas después de la hora programada de llegada para vuelos internacionales o dos horas para vuelos nacionales, la compensación será del equivalente al 200% de la tarifa del pasajero con un tope máximo de 675 dólares; si excede estos plazos, la compensación será del equivalente al 400% de la tarifa del pasajero con un tope máximo de 1,350 dólares.

APARTADO III.- IMPACTO DE LA REGULACIÓN

7. Indique los riesgos que buscan ser mitigados o prevenidos con la aplicación de la regulación, como puede ser en materia de salud humana, animal o vegetal, seguridad, seguridad laboral, seguridad alimentaria, medio ambiente o protección a los consumidores. Asimismo, indique la población o industria potencialmente afectada y su magnitud, el tipo de riesgo, afectación o daño probable, el origen y área geográfica del riesgo, la probabilidad de ocurrencia del mismo y la categoría en que se ubica (aceptable, bajo, moderado, alto o catastrófico):

- Tipos de riesgo que motivan la emisión de la regulación#1*

R=

- Salud animal o vegetal#1*

R= N/A

- Laboral#1*

R= N/A

- Salud Humana#1*

R= N/A

- Medio ambiente#1*

R= N/A

- **Consumidores o Economía#1***

R= SÍ

- Seguridad#1*

R= N/A

8. Indique las acciones regulatorias, obligaciones, requisitos, especificaciones técnicas, certificaciones, esquemas de supervisión o inspección o cualquier otra medida aplicable a cada uno de los riesgos antes identificados, como consecuencia de la implementación de la regulación, así como algún indicador (estadísticas, estimaciones, etc.) que permita dimensionar la situación actual y medir su evolución en el tiempo. Asimismo, justifique la forma en que considera que estas acciones permitirán reducir, mitigar o atenuar el riesgo correspondiente:

- **Grupo, sector o población sujeta al riesgo#1***

R= Consumidores

- **Acción implementada#1***

R= La Procuraduría Federal del Consumidor tiene como objetivo empoderar al consumidor, mediante la protección efectiva del ejercicio de sus derechos y la confianza ciudadana, promoviendo un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable. Para lograr lo anterior, es necesario implementar tres acciones regulatorias de vital importancia: la emisión de alertas y llamados a revisión, la realización del diagnóstico publicitario previo a su emisión, y el resarcimiento a los consumidores ante los retrasos, demoras o cancelaciones de vuelos.

Alertas o llamados a revisión

La Procuraduría emite alertas como medidas precautorias cuando se afecte o pueda afectar la vida, la salud, la seguridad o la economía de una colectividad de consumidores. De igual forma, da a conocer las alertas de otras autoridades sobre productos defectuosos o dañinos que pongan en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía del consumidor, y ordena el llamado a revisión de bienes o productos cuando presenten defecto o daños que ameriten ser corregidos, reparados o reemplazados.

En consecuencia, la Procuraduría requiere al proveedor para que remita la información que obre en sus archivos o bases de datos, tales como: el número de consumidores notificados, la cantidad de productos o servicios involucrados y su distribución geográfica, las acciones, plazos, calendarios, programas de mantenimiento o de pago, cartas compromiso, presupuestos o cualquier otra medida dirigida a cumplirlas, y tiene la potestad de supervisar la disposición de los productos o servicios involucrados y los avances en la atención a los consumidores.

Diagnóstico publicitario

Por otra parte, en materia publicitaria, se advierte que en muchas ocasiones la publicidad de bienes o productos puede ser engañosa, lo que induce al consumidor a error o confusión, respecto de las características y calidad de los productos o servicios.

El diagnóstico publicitario es una herramienta preventiva mediante la cual se analiza, previo a su difusión por cualquier medio, la publicidad sometida a consulta por parte de los

proveedores, emitiéndole una opinión no vinculante para el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de publicidad.

Registro de políticas de compensación al pasajero por cancelación o retrasos de vuelos

Otro aspecto relevante en la categoría “consumidores o economía”, es la relativa a la problemática que originaban los retrasos o cancelaciones de vuelos imputables a las aerolíneas, lo que implicaba que los consumidores no fueran compensados o retribuidos por dichos retrasos o demoras. Por esta razón, las reformas a la Ley de Aviación Civil publicadas en el Diario Oficial de la Federación del 26 de junio de 2017, hacen explícitos los derechos y obligaciones de los pasajeros, además de establecer la obligación de los concesionarios o permisionarios del servicio público de transporte aéreo, de registrar sus políticas de compensación y/o indemnización en favor de los consumidores.

El registro que por virtud de este mandato estará a cargo de la Procuraduría Federal del Consumidor, garantizará en primera instancia el derecho a la información de los consumidores, así como los estándares mínimos de compensación y/o indemnización en caso de cancelaciones o retrasos que sean imputables a los concesionarios, resultando de ello, una mayor certeza, confiabilidad y equidad en la contratación de este servicio.

En suma, la Procuraduría Federal del Consumidor fortalece la protección de los derechos e intereses, la vida, la salud, la seguridad y la economía de los consumidores en todo el territorio nacional, intensificando esfuerzos por medio del intercambio de información con diversas agencias de protección al consumidor.

- **Indicador de impacto#1***

R=

Alertas o llamados a revisión

Para respaldar la necesidad de la implementación de las alertas y llamados a revisión, se recurre a las estadísticas con que cuenta la Procuraduría, de las que se desprende que durante el periodo comprendido entre el año 2016 y el 9 de julio de 2019, se han emitido 89 alertas que han involucrado 844,405 productos y se han emitido 178 llamados a revisión. De esta manera, como resultado de la emisión de las alertas y llamados a revisión en los periodos señalados, se han beneficiado un total de 2'438,244 consumidores.

Por tal razón, resulta necesario que dicha regulación quede establecida en el reglamento propuesto, ya que estas herramientas se consolidarán como un mecanismo eficiente y eficaz en beneficio de los consumidores, esencialmente cuando se trate de un producto que pone en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía de los consumidores y sus derechos.

Las alertas se han emitido principalmente en los siguientes productos o servicios:

- Electrodomésticos
- Neumáticos
- Motocicletas
- Artículos para el hogar
- Artículos de belleza y cuidado personal
- Infantes

La cantidad de productos involucrados y el número de alertas publicadas se detalla en la siguiente tabla:

CANTIDAD DE PRODUCTOS INVOLUCRADOS Y NÚMERO DE ALERTAS PUBLICADAS									
		2019		2018		2017		2016	
No.	Categoría	Productos	Alertas	Productos	Alertas	Productos	Alertas	Productos	Alertas
1	Electrodomésticos	0	0	29,771	2	680	1	4,311	2
2	Neumáticos	0	0	58,631	3	418	1	14,567	1
3	Motocicletas	9,162	4	6,678	8	10,946	9	8,228	10
4	Artículos para el hogar	5,600	1	51	2	252,888	5	0	0
5	Artículos de limpieza	0	0	0	0	166	1	0	0
6	Artículos de belleza y cuidado personal	113	1	3,822	1	53,301	1	0	0
7	Herramientas	339	1	0	0	1,584	2	287	1
8	Extintores	0	0	0	0	6,736	1	0	0
9	Cómputo	1,304	1	63,587	2	26,970	5	4,889	1
10	Bicicletas y accesorios	0	0	302	1	0	0	54	1
11	Infantes	5,676	1	0	0	4,831	2	13,643	4
12	Refacciones	0	0	0	0	350	1	0	0
13	Telefonía celular y accesorios	0	0	0	0	400	1	15,405	1
14	Alimentos	0	0	131,328	1	0	0	0	0
15	Eléctricos	0	0	0	0	0	0	6,361	3
16	Otros	7,993	4	10,752	2	0	0		0
	Total	30,187	13	304,922	22	359,270	30	67,745	24

Alerta Rápida: Información que se publica de manera inmediata en el portal de Profeco y se replica en boletines de prensa, en la Revista del Consumidor, en su versión impresa y en línea y, por medio de redes sociales como Facebook y Twitter, cuando un producto pone en riesgo la salud o la integridad física de las personas; o bien, cuando alguna empresa detecta un problema en su producto e informa a las autoridades competentes.

LLAMADOS A REVISIÓN									
		2019		2018		2017		2016	
No.	Categoría	Productos	Llamados a revisión	Productos	Llamados a revisión	Productos	Llamados a revisión	Productos	Llamados a revisión
1	Vehículos	287,186	42	403,765	59	835,143	46	150,026	31

Llamados a Revisión son acciones seguidas por la industria automotriz para impulsar mejoras continuas en beneficio de los usuarios, esto con el objetivo de mantener su vehículo en óptimas condiciones.

Número de población beneficiada por la emisión de alertas y llamados a revisión					
		2019	2018	2017	2016
No.	Categoría	Consumidores	Consumidores	Consumidores	Consumidores
1	Electrodomésticos	0	29,771	680	4,311
2	Neumáticos	0	58,631	418	14,567
3	Vehículos	287,186	403,765	835,143	150,026
3	Motocicletas	9,162	6,678	10,946	8,228
4	Artículos para el hogar	5,600	51	252,888	0
5	Artículos de limpieza	0	0	166	0
6	Artículos de belleza y cuidado personal	113	3,822	53,301	0
7	Herramientas	339	0	1,584	287
8	Extintores	0	0	6,736	0
9	Cómputo	1,304	63,587	26,970	4,889
10	Bicicletas y accesorios	0	302	0	54
11	Infantes	5,676	0	4,831	13,643
12	Refacciones	0	0	350	0
13	Telefonía celular y accesorios	0	0	400	15,405
14	Alimentos	0	131,328	0	0
15	Eléctricos	0	0	0	6,361
16	Otros	7,993	10,752	0	0
	Total	317,373	708,687	1,194,413	217,771

Diagnóstico publicitario

En lo que corresponde al diagnóstico publicitario, es preciso destacar que, del 11 de junio de 2017 al 11 de enero de 2018, se recibieron 8 solicitudes para realizar la revisión previa

de la publicidad, y posterior a la reforma, en el período comprendido entre el 12 de enero de 2018 y el 30 de junio de 2019, se recibieron 52 solicitudes de diagnóstico publicitario.

En una comparación entre las cifras generadas previas y posteriores a la reforma, es de notarse que hasta junio de 2019 se incrementó el número de solicitudes de diagnóstico publicitario, lo que evidencia que los proveedores se acercan a la Procuraduría para solicitar este servicio y prever que la publicidad que emitan no sea engañosa ni abusiva en perjuicio de los consumidores. Por tal razón, incorporar el procedimiento correspondiente en la propuesta regulatoria, permitirá proteger los derechos de los consumidores de manera preventiva en lugar de reactiva, mediante la incorporación del mecanismo necesario para la adecuada operatividad de este servicio.

En concordancia con lo anterior, se considera relevante la cantidad de procedimientos por infracciones de ley por publicidad engañosa (PIL's). Al respecto, en el periodo comprendido entre el 1 de agosto de 2016 y el 10 de enero de 2018, la Procuraduría substanció 48 PIL's, y del 12 de enero de 2018 al 30 de junio de 2019 se substanciaron 37 PIL's, lo que refleja una disminución de PIL's a partir de la reforma, lo cual es inversamente proporcional al número de solicitudes de diagnóstico publicitario, ya que mientras más solicitudes de diagnóstico se realizaron, los PIL's disminuyeron. Lo anterior, debido a que la publicidad que difunden los proveedores es apegada a lo que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor, lo que beneficia a ambas partes, mientras que a los consumidores se les asegura que no recibirán publicidad engañosa y abusiva, a los proveedores que no serán sujetos a un procedimiento administrativo que culminará en una sanción.

Registro de políticas de compensación al pasajero por cancelación o retrasos de vuelos

En cuanto a las estadísticas en el sector aerolíneas, respecto del comportamiento comercial, en el período comprendido entre enero de 2015 y el 26 de junio de 2017 se recibieron 1,340 quejas en contra de aerolíneas por demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos; asimismo, del 27 de junio de 2017 al 30 de junio de 2019, se recibió un total de 2,045 quejas por demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos, lo que refleja un incremento en el número de quejas presentadas por los consumidores, y de lo que puede advertirse que los consumidores conocen sus derechos y los hacen valer, de ahí la importancia de la regulación del registro de políticas de compensación al pasajero por cancelación o retrasos de vuelos.

Es importante señalar, que del total de 2,045 quejas por demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos, el porcentaje de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio fue de un 81%, con un monto recuperado de \$4'115,784.50 a favor de los consumidores, detallándose que del 27 de junio de 2017 a diciembre del mismo año el porcentaje de conciliación fue del 78%. Asimismo, durante el ejercicio 2018 el porcentaje de conciliación fue del 81%, y en el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de junio de 2019 el porcentaje de conciliación fue del 84%.

Los tres proveedores con mayor número de quejas por demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos, a partir de la publicación de la reforma a la Ley de Aviación Civil son: Viva Aerobús con un total de 627 quejas, Interjet con 561 y, Aeroméxico con 550.

Los datos estadísticos anteriormente aportados se detallan en las tablas que se muestran a continuación:

- a) Comportamiento comercial – sector: aerolínea comercial (general). Período comprendido entre 27 de junio de 2017 al 30 de junio de 2019.

Año*	Quejas Recibidas	Quejas Concluidas ⁵	Concluidas por Audiencia de Conciliación ⁶	Conciliada	No Conciliada	% de Conciliación ⁷	Concluidas por otros motivos ⁸	En Trámite
2017*	1,978	1,924	1,147	855	292	75%	777	54
2018	2,888	2,685	1,787	1,388	399	78%	898	203
2019**	1,677	882	630	492	138	78%	252	795
Total	6,543	5,491	3,564	2,735	829	77%	1,927	1,052

No.	Principales Motivos de Reclamación 2019**	Núm. Quejas
1	Negativa a cambio o devolución	313
2	Negativa a la entrega del producto o servicio	270
3	Negativa a la devolución de depósito	245

No.	Principales Motivos de Reclamación 2018	Núm. Quejas
1	Negativa a la entrega del producto o servicio	750
2	Negativa a cambio o devolución	572
3	Negativa a la devolución de depósito	316

No.	Principales Motivos de Reclamación 2017	Núm. Quejas
1	Negativa a la entrega del producto o servicio	468
2	Negativa a cambio o devolución	357
3	Incumplimiento de plazos para la entrega del prod. o serv.	222

⁵ Total de quejas formalizadas en las unidades administrativas, concluidas a la fecha que se reporta.

⁶ Se considera la suma de las quejas conciliada y no conciliada.

⁷ Para el cálculo se consideran los estados procesales "Conciliada" y "No conciliada".

⁸ Se considera como "otros motivos" las quejas improcedentes, canceladas y desistidas.

Top 10 de proveedores con más quejas (GENERAL):

AEROLÍNEA	2017	2018	2019	Total
Aerovías de México, S.A. de C.V. (Aeroméxico)	546	643	271	1,460
Aeroenlaces Nacionales, S.A. de C.V (Viva Aerobús)	354	437	242	1,033
ABC Aerolíneas, S.A. de C.V (Interjet)	192	444	358	994
Concesionaria Vuela Compañía de Aviación, SAPI de C.V. (Volaris)	140	194	94	428
Transportes Aeromar, S.A. de C.V.	20	27	9	56
American Airlines, Inc.	15	16	6	37
Link Conexión Aérea, S.A. de C.V.	5	20	6	31
Latam Airlines Group, S.A.	9	15	6	30
Delta Airlines, Inc.	15	13	2	30
Iberia Líneas Aéreas de España, S.A.	8	10	12	30
Compañía Panameña de Aviación, S.A.	10	17	3	30

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP).
Estados procesales actualizados al 3 de julio de 2019.

- b) Quejas relacionadas con demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos hasta antes de la reforma a la Ley de Aviación Civil. Período comprendido entre enero 2015 – 26 junio 2017.

Año	2015	2016	2017	Total
Quejas Recibidas	410	553	377	1,340

Fuente: SIIP.
Estados procesales actualizados al 3 de julio de 2019.

- c) Número y porcentaje de conciliaciones respecto de las quejas que se relacionen con demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos, después de la reforma a la fecha. Período comprendido del 27 junio 2017 al 30 junio 2019.

Año	Quejas Recibidas	% de Conciliación
2017	563	78%
2018	879	81%
2019	603	84%
Total	2,045	81%

Fuente: SIIP.
Estados procesales actualizados al 3 de julio de 2019.

- d) Proveedores con mayor número de quejas por demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos. Período comprendido del 27 junio 2017 al 30 junio 2019.

AEROLÍNEA	2017	2018	2019	Total
Aeroenlaces Nacionales, S.A. de C.V. (Viva Aerobús)	215	285	127	627
ABC Aerolíneas, S.A. de C.V. (Interjet)	37	200	324	561
Aerovías de México, S.A. de C.V. (Aeroméxico)	222	232	96	550
Concesionaria Vuela Compañía de Aviación, SAPI de C.V. (Volaris)	26	39	23	88
Transportes Aeromar, S.A. de C.V.	15	35	4	54
Link Conexión Aérea, S.A. de C.V.	5	10	2	17
Latam Airlines Group, S.A.	4	9	3	16
American Airlines, Inc.	1	9	5	15
Cubana de Aviación, S.A.	11	2	0	13
Compañía Panameña de Aviación, S.A.	4	5	1	10

Fuente: SIIP.
Estados procesales actualizados al 3 de julio de 2019.

- e) Montos recuperados a favor del consumidor por demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos. Período comprendido del 27 junio 2017 al 30 junio 2019.

Procedimiento Conciliatorio

AÑO	MONTO RECUPERADO
2017	\$ 1,040,546.66
2018	\$ 2,073,664.59
2019	\$ 1,001,573.26
TOTAL	\$ 4,115,784.50

Fuente: SIIP.
Estados procesales actualizados al 3 de julio de 2019.

Conciliaciones exprés (Teléfono del Consumidor, Módulos AICM, Delegaciones)

Año	Conciliaciones	Monto reclamado	Monto recuperado
2017	2,195	\$8,810,594.93	\$9,963,310.33
2018	3,711	\$16,822,343.22	\$24,967,438.10
2019	1,994	\$9,832,988.68	\$13,565,600.37
Total	7,900	\$35,465,926.83	\$48,496,348.80

Fuente: SIIP, Bases Excel.

- f) Indicador de gestión denominado “Porcentaje de quejas conciliadas mediante procedimiento conciliatorio” por demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos. Período comprendido del 27 junio 2017 al 30 junio 2019.

Procedimiento Conciliatorio

Año*	Concluidas por Audiencia de Conciliación ^{/9}	Conciliada	No Conciliada	% de Conciliación ^{/10}
2017*	321	251	70	78%
2018	552	449	103	81%
2019**	258	216	42	84%
Total	1,131	916	215	81%

Fuente: SIIP.

Estados procesales actualizados al 3 de julio de 2019.

Adicionalmente, se reporta:

Conciliaciones exprés (Teléfono del Consumidor, Módulos AICM, Delegaciones)

Año	Conciliaciones	% de conciliación
2017	2,195	96%
2018	3,711	95%
2019	1,994	91%
Total	7,900	94%

Fuente: SIIP, Bases Excel.

Esta información no se reporta en el indicador de gestión.

● Situación esperada con la implementación de la regulación#1*

R= Con la presente regulación se espera fortalecer los mecanismos para garantizar y velar que los derechos de los consumidores sean respetados a través de instrumentos coercitivos que aseguren el cumplimiento de sus derechos. En este sentido, se espera una modificación positiva en el comportamiento de los proveedores, fomentando una mejor competencia entre ellos y de esa manera, corregir fallas en los mercados, lo que se refleja en una disminución de la asimetría existente entre los proveedores y consumidores. Asimismo, la precisión de los preceptos de la ley que pretende el anteproyecto, propiciará una mejor interpretación y aplicación de la misma, con ello, los consumidores podrán conocer mejor sus derechos y ejercerlos ante la Procuraduría.

● Justificación de cómo se reduce, mitiga o atenúa el riesgo con la acción#1*

R=

⁹ Se considera la suma de las quejas conciliadas y no conciliadas.

¹⁰ (Número de quejas conciliadas en el periodo mediante procedimiento conciliatorio/número de quejas concluidas al periodo mediante el procedimiento conciliatorio) * 100.

Alertas o llamados a revisión

La importancia de fortalecer la protección de los derechos e intereses, la vida, la salud, la seguridad y la economía de los consumidores en México, como lo señala la Ley Federal de Protección al Consumidor, es vital. Su objeto es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor, procurar la equidad, la certeza y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores; así como contar con la información clara y adecuada sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como los riesgos que representen; la efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos.

Además de lo anterior, es necesario destacar que la seguridad de productos es un desafío interinstitucional, ya que excede el alcance de las competencias de las agencias de protección al consumidor y deben necesariamente enfocarse desde una perspectiva sistemática e interdisciplinaria que involucre todas las instituciones nacionales con cometidos relacionados a la seguridad de los productos, incluyendo a las autoridades de vigilancia en materia sanitaria, de metrología, de aduanas, entre otros. Por otro lado, trata de un reto internacional, frente al cual los países no pueden hacer frente de forma aislada, sino que buscan la cooperación a nivel subregional, hemisférico y global.

La necesidad de acción colaborativa crece a medida que los mercados más desarrollados fortalecen la cooperación para evitar el ingreso de productos inseguros a sus territorios, provocando que dichos productos sean desviados a mercados con niveles de protección más bajo y de menor coordinación interinstitucional.

En este escenario, en noviembre del 2010, a través del Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (PROTLCUEM), se implementó la Red de Alerta Rápida, como una plataforma que en México informa a los consumidores sobre productos que pudieran poner en riesgo su integridad física, su economía e incluso, su vida.

Por lo tanto, permite el intercambio ágil de información entre las autoridades competentes en materia de control comercial y sanitario de productos, servicios y alimentos en el mercado mexicano e internacional. Por tal razón, resulta necesario que dicha regulación quede establecida en el reglamento propuesto, ya que estas herramientas se consolidarán como un mecanismo eficiente y eficaz en beneficio de los consumidores, esencialmente cuando se trate de un producto que pone en riesgo su vida, su salud, su seguridad o su economía.

Diagnóstico publicitario

Con relación al diagnóstico publicitario, la comparación entre las cifras arrojadas antes de la reforma y las arrojadas posterior a la misma, evidencia que los proveedores se acercan a la Procuraduría para solicitar este servicio y prever que la publicidad que emitan no sea engañosa ni abusiva en perjuicio de los consumidores.

En el mismo orden de ideas, la cantidad de procedimientos por infracciones a la ley (PIL's) por publicidad engañosa refleja una disminución a partir de la reforma, lo cual es inversamente proporcional al número de solicitudes de diagnóstico publicitario, ya que mientras más solicitudes de diagnóstico se realizaron, los PIL's disminuyeron.

Lo anterior, debido a que la publicidad que difunden los proveedores es apegada a lo que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor, lo que beneficia a ambas partes: a los consumidores se les asegura que no recibirán publicidad engañosa y abusiva, mientras que a los proveedores que no serán sujetos a un procedimiento administrativo que culminará en una sanción.

Por tales motivos, es necesario incorporar el procedimiento correspondiente en la propuesta regulatoria a fin de contar con los elementos suficientes para la adecuada protección al consumidor.

Registro de políticas de compensación al pasajero por cancelación o retrasos de vuelos

Con relación al sector aerolíneas se presentó un incremento en el número de quejas interpuestas por los consumidores, por lo que puede advertirse que éstos conocen sus derechos y los hacen valer; es importante recalcar que, del total de 2,045 quejas por demoras, cancelaciones y retrasos en vuelos, el porcentaje de quejas conciliadas mediante el procedimiento conciliatorio es de un 81%, con un monto recuperado de \$4'115,784.50 a favor de los consumidores.

En este sentido, entre el 27 de junio y el mes de diciembre de 2017, el porcentaje de conciliación fue del 78%; durante el ejercicio 2018 el porcentaje de conciliación fue del 81% y, finalmente, del 1 de enero al 30 de junio de 2019 el porcentaje de conciliación fue del 84%, de ahí la importancia de la regulación del registro de políticas de compensación al pasajero por cancelación o retrasos de vuelos.

Para concluir, la relevancia de las tres regulaciones anteriormente descritas, como son la emisión de alertas y llamados a revisión, la realización del diagnóstico publicitario previo a su emisión y el resarcimiento a los consumidores ante los retrasos, demoras o cancelaciones de vuelos, son fundamentales para la promoción de un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable, que se traduzca en una efectiva protección a los derechos del consumidor.

9.1 Para determinados grupos o sectores específicos, ¿existen riesgos que varían en magnitud dependiendo del sujeto, objeto o situación en el que se presentan?:

R= SÍ

9.3 En cualquier caso, indique ¿por qué?:

R= En el caso de la reposición del vehículo nuevo, al tratarse de un bien o producto especializado, se consideró necesario establecer de manera específica la forma mediante la cual, los proveedores del sector automotriz deben reponerlo, puesto que si bien es cierto, existen otros productos o bienes en el mercado que pueden tener otras especializaciones, los vehículos tienen una alta demanda de comercialización, de ahí la necesidad de que se regulen de manera específica a través de la propuesta regulatoria.

Por el contrario, no se considera que las políticas de compensación requieran una regulación específica, puesto que, para dicha compensación del servicio en caso de incumplimiento, únicamente se tendría que acreditar la compra del boleto de vuelo, sin requisitos adicionales, de ahí que no se requiere una regulación específica en la propuesta regulatoria.

Tampoco se considera que el diagnóstico publicitario requiera una regulación específica en la propuesta, toda vez que su finalidad es prever posibles afectaciones por la comercialización de un bien, producto o servicio que pueda dañar la vida, salud, seguridad o economía de los consumidores, y para realizar el trámite únicamente se requiere cubrir los requisitos correspondientes, sin que se haga ninguna diferencia por la especialización del servicio.

Asimismo, se considera que todos los productos o servicios tienen un cierto grado de especialización, pero ello no es motivo para que se regule de manera específica cada uno, pues de ser así existiría una multiplicidad de regulaciones, lo que incluso sería contrario a lo establecido en el artículo 2 fracción II de la Ley General de Mejora Regulatoria, que señala como uno de sus objetivos la obligación de las autoridades de implementar políticas públicas de mejora regulatoria para el perfeccionamiento de las regulaciones y la simplificación de los trámites y servicios.

9.4 De ser el caso, ordene dichos riesgos del mayor al menor y señale si puede ser aplicable una propuesta en la que se apliquen medidas diferenciadas para administrar cada nivel de riesgo aplicable:

- **Medida aplicada para la administración del riesgo#1***

R= Para la administración del único riesgo que se detectó y se especificó en la propuesta regulatoria (vehículos nuevos), se consideró indispensable incluir las especificaciones para

su reposición, ya que, al tratarse de un bien con características particulares, surgió la necesidad de incluir los supuestos específicos de procedencia de la misma.

Cabe precisar que cada producto, bien o servicio tiene características diferenciadas que lo hacen especializado, sin embargo, no es posible crear un mecanismo o procedimiento particular o *ad hoc* para cada uno de ellos, porque eso haría materialmente imposible su implementación, e incluso sería contrario a uno de los objetivos de la Ley General de Mejora Regulatoria, consistente en la simplificación de trámites, requisitos y perfeccionamiento de regulaciones.

- **Riesgo identificado (ordenados del mayor al menor)#1***

R= N/A

- **Grupo, sector o población sujeta al riesgo#1***

R= N/A

9.2 En caso afirmativo, ¿se justifica la necesidad de establecer medidas regulatorias similares?:

R= La necesidad de establecer medidas regulatorias similares para determinados grupos o sectores (la reposición del vehículo nuevo) surgió por considerar indispensable establecer la forma mediante la cual, los proveedores del sector automotriz deben reponer un vehículo, no obstante que existen otros productos o bienes en el mercado que pueden tener otras especializaciones. Sin embargo, en el caso de los vehículos, al tener una alta demanda en el mercado, es necesario que su reposición se regule específicamente.

En caso contrario, no se considera que las políticas de compensación ni el diagnóstico publicitario requiera una regulación específica, toda vez que en el primer supuesto, para la compensación del servicio, únicamente se debe acreditar la adquisición de un boleto de vuelo, y para el segundo, toda vez que su finalidad es prever posibles afectaciones por la comercialización de un bien, producto o servicio que pueda dañar la vida, salud, seguridad o economía de los consumidores, únicamente se requiere cubrir los requisitos correspondientes, sin que se haga ninguna diferencia por la especialización del servicio.

10.1 Atendidos con la regulación:

R= Únicamente se consideró importante incluir la especificación para la procedencia de la reposición de un vehículo nuevo, al tratarse de un bien especializado y de alta demanda en el mercado, y no en los demás casos, toda vez que si bien cada producto, bien o servicio tiene características especializadas que lo hacen único y diferente a los demás, no es posible incluir cada uno de ellos en la regulación propuesta, pues de ser así se podría contravenir uno de los objetivos de la Ley General de Mejora Regulatoria, consistente en el **perfeccionamiento de las regulaciones y la simplificación de los trámites y servicios.**

10.2 En caso de ser afirmativa, indique cuáles son estos riesgos, así como el grupo, sector o población afectada por ellos y una justificación de cómo estos son mayores o menores a los que pretenden ser atendidos con la regulación:

R= Uno de los riesgos que se puede generar en caso de que en la regulación propuesta no se establezca de manera específica los supuestos en los que se considera un vehículo como nuevo, es que ante la eventualidad de que un vehículo esté defectuoso o dañado, los consumidores y proveedores no tendrán la certeza de la temporalidad en la que deban considerarse como tales, lo que podría generar controversias para determinar tal hecho, de ahí la importancia de establecer parámetros para considerar procedente la reposición de un vehículo nuevo.

Por el contrario, no se considera que las políticas de compensación requieran una regulación específica, puesto que, para la reposición del servicio en caso de incumplimiento, únicamente se tendría que acreditar la compra del boleto del vuelo, sin requisitos adicionales, de ahí que no se requiere una regulación específica en la propuesta regulatoria.

Tampoco se considera que el diagnóstico publicitario requiera una regulación específica en la propuesta, toda vez que solamente tiene fines preventivos de posibles afectaciones por la comercialización de un bien, producto o servicio que pueda dañar la vida, salud, seguridad o economía de los consumidores, además de que para solicitar el diagnóstico de la Procuraduría no se hace ninguna diferencia por la especialización del servicio.

Asimismo, se considera que todos los productos o servicios tienen un cierto grado de especialización, pero ello no es motivo para que se regule de manera específica cada uno, pues esto sería **contrario a lo establecido en la Ley General de Mejora Regulatoria, respecto a la obligación de las autoridades de simplificar sus trámites y servicios.**

10.3 ¿Se identifica la aparición de nuevos riesgos como resultado de las medidas aplicadas para la mitigación de los riesgos que forman parte de la problemática inicial?:

R= Con base en los análisis y revisiones realizadas a los informes y datos estadísticos que corresponden a las últimas tres administraciones de la Procuraduría, no se identificó algún abuso por parte de los consumidores en el ejercicio de sus derechos, por lo que se considera que la propuesta regulatoria es viable para diluir la relación asimétrica en las relaciones de consumo, en las que el proveedor es el titular de un aparato económico, siendo la parte dominante de la relación comercial, encontrándose en condiciones de ventaja frente a los consumidores adquirentes de sus productos o servicios, lo que se materializa en la señalada relación asimétrica entre las partes.

11. ¿La regulación propuesta crea, modifica o elimina trámites?:

- **Accion#1***

R=

- ✓ Aviso de los proveedores para la emisión de alertas o llamados a revisión
- ✓ Inscripción en el Registro de Políticas de Compensación por Demoras y Retrasos de Vuelos atribuibles a los Concesionarios o Permisarios del Transporte Aéreo de pasajeros
- ✓ Solicitud de diagnóstico publicitario

- **Obligaciones#1***

R=

- ✓ De acuerdo con el artículo 70, fracción I del RLFP, uno de los supuestos para la procedencia de la emisión de las alertas o llamados a revisión es la notificación voluntaria e inmediata por parte de los proveedores a la Procuraduría, al detectar que los productos afectan o pueden afectar la vida, seguridad o economía de los consumidores, debiendo éstos aportar las características físicas y técnicas del producto, así como imágenes para la identificación clara e indubitable del bien, producto o servicio reportado sobre el que se emitirá la alerta o el llamado a revisión. Asimismo, se establece la obligación del proveedor de informar a la Procuraduría las medidas adicionales que adoptará para hacer del conocimiento del consumidor la situación notificada, así como los medios de contacto y atención al consumidor y el procedimiento a seguir para la reparación o sustitución total o parcial del producto, bien o servicio con las mismas o similares características, además de la bonificación o compensación a la que tiene derecho el consumidor.
- ✓ Derivado del Decreto por los que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de Aviación Civil, publicado en el Diario Oficial de la Federación de 26 de junio de 2017, el cual es de observancia obligatoria para las aerolíneas desde el 8 de noviembre de 2017, de conformidad con el último párrafo del inciso a), fracción V, del artículo 47 BIS, las mismas registrarán sus políticas de compensación, en las que se establece la forma en que las aerolíneas compensarán o indemnizarán a los pasajeros cuando el retraso o demora sea imputable a la misma, para lo cual se requiere de un trámite para que los proveedores cumplan con esta obligación de registro prevista en la LAC.
- ✓ En el caso de que los proveedores requieran orientación para sus pautas publicitarias, la Procuraduría puede realizar un diagnóstico publicitario a solicitud del proveedor, por medio del cual se revisa la publicidad antes de que se difunda en medios de comunicación, emitiendo una opinión no vinculante (es decir, no se trata de un permiso, autorización o visto bueno) que ayudará a que los proveedores cumplan con la Ley Federal de Protección al Consumidor y con las

normas aplicables, lo anterior de conformidad con los artículos 30 y 31 del RLFP.

- **Vigencia#1***

R=

- ✓ Aviso de los proveedores para la emisión de alertas o llamados a revisión: Indefinido
- ✓ Inscripción en el Registro de Políticas de Compensación por Demoras y Retrasos de Vuelos atribuibles a los Concesionarios o Permisarios del Transporte Aéreo de pasajeros: Semestral
- ✓ Solicitud de diagnóstico publicitario: Indefinido

- **Medio de presentación#1***

R= Medios escritos

- **Requisitos#1***

R=

- ✓ Aviso de los proveedores para la emisión de alertas o llamados a revisión (fracción I, artículo 70, RLFP)
 - Escrito libre o formato de aviso para la emisión de alertas o llamados a revisión
 - En caso de personas físicas, identificación oficial vigente
 - En caso de personas morales, acta constitutiva; poder notarial e identificación oficial vigente del apoderado
- ✓ Inscripción en el Registro de Políticas de Compensación por Demoras y Retrasos de Vuelos atribuibles a los Concesionarios o Permisarios del Transporte Aéreo de pasajeros (último párrafo del inciso a), fracción V, del artículo 47 BIS de la LAC, 63 y 64 RLFP)
 - Escrito libre o en su caso, formato de solicitud de registro o modificación de políticas de compensación
 - Proyecto de políticas de compensación
 - Registro Federal de Contribuyentes (RFC) o en su caso alta de hacienda
 - Acta constitutiva de la sociedad
 - Poder notarial otorgado al representante legal
 - Identificación oficial vigente de apoderado

- ✓ Solicitud de diagnóstico publicitario (artículo 30 RLFPD)
 - Formato de solicitud de diagnóstico publicitario
 - Proyecto de pauta publicitaria inédita, completa y en idioma en español
 - Medios en que serán difundidos
 - Copia de identificación oficial del que suscribe
 - Poder notarial otorgado al representante legal (en caso de ser persona moral)

- **Población a la que impacta#1***

R= Indeterminada, toda vez que se dirige a la población consumidora en general (para los tres trámites).

- **Ficta#1***

R= Afirmativa

Plazo#1*

R= Treinta días hábiles para emitir respuesta a partir de la fecha de presentación de la solicitud de registro de políticas de compensación.

- **Justificación#1***

R=

- ✓ De acuerdo con el artículo 70, fracción I del RLFPD, uno de los supuestos para la procedencia de la emisión de las alertas o llamados a revisión es la notificación voluntaria e inmediata por parte de los proveedores a la Procuraduría, al detectar que los productos afectan o pueden afectar la vida, seguridad o economía de los consumidores, debiendo éstos aportar las características físicas y técnicas del producto, así como imágenes para la identificación clara e indubitable del bien, producto o servicio reportado sobre el que se emitirá la alerta o el llamado a revisión. Asimismo, se establece la obligación del proveedor de informar a la Procuraduría las medidas adicionales que adoptará para hacer del conocimiento del consumidor la situación notificada, así como los medios de contacto y atención al consumidor y el procedimiento a seguir para la reparación o sustitución total o parcial del producto, bien o servicio con las mismas o similares características, además de la bonificación o compensación a la que tiene derecho el consumidor.
- ✓ Derivado del Decreto por los que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de Aviación Civil, publicado en el Diario Oficial de la Federación de 26 de junio de 2017, el cual es de observancia obligatoria para las aerolíneas desde el 8 de noviembre de 2017, de conformidad con el último párrafo del inciso a), fracción V, del artículo 47 BIS, las mismas registrarán sus políticas de compensación, en las que se establece la forma en que las aerolíneas

compensarán o indemnizarán a los pasajeros cuando el retraso o demora sea imputable a la misma, para lo cual se requiere de un trámite para que los proveedores cumplan con esta obligación de registro prevista en la LAC.

- ✓ En el caso de que los proveedores requieran orientación para sus pautas publicitarias, la Procuraduría puede realizar un diagnóstico publicitario a solicitud del proveedor, por medio del cual se revisa la publicidad antes de que se difunda en medios de comunicación, emitiendo una opinión no vinculante (es decir, no se trata de un permiso, autorización o visto bueno) que ayudará a que los proveedores cumplan con la Ley Federal de Protección al Consumidor y con las normas aplicables, lo anterior de conformidad con los artículos 30 y 31 del RLFP.

- **Nombre del trámite#1***

R=

- ✓ Aviso de los proveedores para la emisión de alertas o llamados a revisión
- ✓ Inscripción en el Registro de Políticas de Compensación por Demoras y Retrasos de Vuelos atribuibles a los Concesionarios o Permisarios del Transporte Aéreo de pasajeros
- ✓ Solicitud de diagnóstico publicitario

- **Homoclave#1***

R= N/A

- **Tipo#1***

R= N/A

12. Seleccione las disposiciones, obligaciones y/o acciones distintas a los trámites y a aquellas que atienden o mitigan una situación de riesgo, que correspondan a la propuesta:

- **Artículos aplicables#1***

R= Se precisa que la propuesta regulatoria se resume en los siguientes apartados, con su respectiva justificación

CAPÍTULO	JUSTIFICACIÓN
CAPÍTULO I De las disposiciones generales Artículos modificados: 2, 5 y 6	Dentro del presente capítulo se adicionó un párrafo segundo al artículo 2 del Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), en el cual se define qué se entenderá por bien o producto nuevo cuando el consumidor opte por la reposición del mismo, lo anterior de acuerdo con el artículo 92, cuarto párrafo del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la LFPC, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 11-01-18. Se agrega un cuarto párrafo al artículo 2, en el que se especifica en qué caso se considerarán vehículos nuevos. La definición de vehículo nuevo que se consigna en este artículo propuesto se toma de la Norma Oficial Mexicana NOM-160-SCFI-2014, Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización de vehículos nuevos, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 02-09-2014. Se modifica la redacción del artículo 5, para asegurar el derecho del consumidor a ser informado respecto del monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezcan, por lo que se cambia el texto “podrá acreditar”, por el de “acreditará”, lo que le da el carácter de vinculante, de conformidad con el artículo 7 de la LFPC, asimismo se realiza la incorporación de medios tecnológicos para acreditar el cumplimiento de las obligaciones, y esta incorporación deriva de la existencia de los avances tecnológicos, por lo que se requiere actualizar el marco regulatorio de las relaciones de consumo, incluso cada vez es más frecuente, que dichas relaciones se originen a través de medios tecnológicos, haciendo necesaria esta adición, de conformidad con las fracciones III y VIII del artículo 1, y fracción IX del artículo 24 de la LFPC. Por otra parte, continuando con el mismo artículo 5, se sustituye el vocablo “indiquen” por “informen o exhiban”, de conformidad con los artículos 7 y 57 de la LFPC, que establecen la obligación de los proveedores de <u>informar o exhibir</u> (respectivamente) a los consumidores el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezcan. Asimismo, en el artículo 6, se agrega un cuarto párrafo que alude a la obligación del proveedor de entregar factura, recibo o comprobante de la transacción, a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, a elección del consumidor de conformidad con el artículo 12 de la LFPC.
CAPÍTULO II De las medidas de apremio y medidas precautorias	El referido capítulo reglamenta las medidas de apremio y medidas precautorias que se lleguen a imponer al proveedor, estableciendo lo que se entiende por medidas de apremio, refiriendo que serán aquellas que se imponen para hacer cumplir coactivamente los actos administrativos por ella ordenados mediante oficios, acuerdos o resoluciones, así como los convenios ante ella celebrados.

Sección Primera Medidas de apremio Artículos modificados: 10, 13 y 15 Sección Segunda Medidas precautorias Artículos modificados: 18	El artículo 10 regula lo que se entenderá por apercibimiento, así como su función de informar la ejecución del algún acto administrativo, por lo que se agrega, además de los supuestos ya establecidos, que también informará al proveedor respecto del arresto administrativo hasta por treinta y seis horas, en términos del artículo 25 fracción III, de la LFPC, de acuerdo con la reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 11-01-18. Se agrega un segundo párrafo al artículo 13, en el que se distingue que las multas impuestas como medidas de apremio son de naturaleza jurídica independiente a las multas impuestas como sanciones económicas. Se adiciona un artículo 15, en el que se establecen los supuestos en los que se podrá aplicar la medida de apremio consistente en el arresto administrativo, mismo que reglamenta la fracción III del artículo 25 de la LFPC, derivado de su reforma publicada en el DOF el 11-01-18. Se adiciona un segundo párrafo al artículo 18, para dar sustento al contenido de los artículos 24 fracción XXIII y 25 BIS fracción VII de la LFPC, de acuerdo con las nuevas atribuciones que se le dan a PROFECO, relativas a la emisión de alertas y llamados a revisión, ahora bien, por lo que corresponde a esta última medida precautoria, se precisa que la información que proporcionen los proveedores aportará los elementos para determinar el llamado a revisión.
CAPÍTULO III De la privacidad de la información y de la publicidad Artículos modificados: 24, 25, 26 y 27	Dentro de este Capítulo, se reglamenta lo relativo al artículo 32 de la LFPC, respecto a la información que lleguen a solicitar los consumidores por cualquier medio al proveedor, tratándose de aquella información utilizada con fines mercadotécnicos o publicitarios; también se especifica la forma en que el proveedor podrá acreditar la veracidad de la información que difunde, misma que será a través de la documentación que emitan organismos nacionales e internacionales, en el caso de que no exista regulación específica en el territorio nacional (artículos 24, 25, 26 y 27 del RLFP). En el artículo 24 se fija la manera en que el proveedor podrá acreditar la veracidad de la información que difunde. En el artículo 25 se define lo que se entiende por evidencia científica, objetiva y fehaciente. Los elementos propuestos en las fracciones I a IX del artículo 25, se emiten con fundamento en el párrafo cuarto del artículo 32 de la LFPC, a fin de establecer que la evidencia científica, objetiva y fehaciente debe contemplar la documentación idónea que contenga las pruebas, análisis y estudios con el respaldo técnico y científico practicado, que acrediten las cualidades o propiedades del producto o servicio, para proteger al consumidor. Se señala el concepto de trazabilidad, a fin de rastrear el historial, aplicación o ubicación de aquello que está sometido a consideración, dicho concepto es aplicable al caso concreto al definirse como la serie de procedimientos que permiten rastrear el origen y proceso de análisis al que se ha sometido un bien o producto determinado, con la finalidad de otorgar certeza jurídica al consumidor en aquellos casos en que el proveedor presente evidencia científica, pudiendo así verificar su veracidad apegándose a lo regulado por el párrafo cuarto del artículo 32 de la LFPC, en concordancia con el párrafo primero del mismo precepto, que señalan que en el análisis y verificación de información o publicidad, la misma deberá ser veraz, comprobable, clara y apegada a la Ley.

El artículo 26, prevé que la PROFECO, para el mejor ejercicio de sus atribuciones, pueda requerir a las sociedades o asociaciones de profesionistas, la documentación e información que soporte la evidencia científica, objetiva y fehaciente de las cualidades o propiedades del bien, producto o servicio, a efecto de corroborar la información o publicidad.

El artículo 27, precisa que la documentación a que hacen referencia los artículos 24, 25 y 26 del RLFPC, deberán presentarse en original o copia certificada, a fin de brindar certeza y seguridad jurídica. Asimismo, en lo que corresponde a la apostilla, es de conformidad con el artículo 3 y 4 de la Convención de la Haya sobre la Apostilla, o en su caso, se da la opción de legalizar el documento, ambas opciones son para facilitar el procedimiento necesario, a elección. Lo anterior con fundamento en el artículo 2, 12, 15-A fracción primera de la LFPA de aplicación supletoria a la LFPC, de acuerdo con sus artículos 96, 97 BIS, 104, 124 BIS y 135 de esta última. En ese sentido la LFPA contempla las disposiciones generales del procedimiento administrativo, indicando que los trámites deberán presentarse solamente en original y sus anexos, en copia simple, en un tanto. Y en todo caso, si el interesado requiere que se le acuse recibo, deberá adjuntar una copia para ese efecto.

CAPÍTULO IV De la revisión voluntaria de la publicidad Artículos modificados: 30 y 31	Se adiciona un nuevo capítulo IV, en el que se establecen las disposiciones correspondientes de la revisión de la publicidad y la opinión no vinculante de la PROFECO, cuya atribución se encuentra establecida en el último párrafo del artículo 32 de la LFPC. Se estableció en los artículos 30 y 31, qué se entiende por diagnóstico publicitario (artículo 31), enfatizándose que el mismo no tiene efectos vinculantes, lo anterior de conformidad con la reforma realizada al último párrafo del artículo 32 de la LFPC, publicada en el DOF el 11-01-18. Es necesaria dicha regulación para establecer las especificaciones del trámite del diagnóstico publicitario, a fin de contar con mayor seguridad y certeza jurídica en la publicidad que difundan los proveedores. Como ya se señaló, de conformidad con el artículo 32 último párrafo de la LFPC, para el caso de que los proveedores requieran orientación para sus pautas publicitarias, la Procuraduría puede realizar un diagnóstico publicitario a solicitud del proveedor, por medio del cual se revisa la publicidad antes de que se difunda en medios de comunicación, emitiendo una opinión no vinculante (artículo 31), que ayudará a que los proveedores cumplan con la Ley Federal de Protección al Consumidor y con las normas aplicables. La regulación del diagnóstico publicitario ante la Profeco, garantizará el derecho de los consumidores a tener una información veraz, oportuna y comprobable respecto a la comercialización de bienes, productos o servicios que ofrecen los proveedores a través de cualquier medio publicitario. En ese sentido, será un mecanismo preventivo para la sociedad, en razón de que, evitará las prácticas comerciales engañosas y erradicará la utilización de estrategias de venta y publicidad que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre el servicio ofrecido, y con ello, se evitar el engaño y error de consumo, en especial de la población vulnerable.
CAPÍTULO V De las operaciones inmobiliarias	Sin modificaciones de fondo

CAPÍTULO VI De la bonificación o compensación	Sin modificaciones de fondo
CAPÍTULO VII De los contratos de adhesión y del Registro Público de Contratos de Adhesión	Sin modificaciones de fondo
CAPÍTULO VIII Del Registro Público de Consumidores Artículos modificados: 60, 61 y 62	Se adiciona un nuevo capítulo VIII, que incluye los artículos 60, 61 y 62, en los que se regula lo relativo al Registro Público de Consumidores (RPC), a efecto de reglamentar lo establecido en el artículo 18 de la LFPC, por medio del cual, la Procuraduría se encuentra facultada para llevar un registro público para aquellos consumidores que no deseen que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios. En este sentido, se pretende brindar mayor estructura y fundamentos legales para continuar con el progreso de normas primarias. Lo anterior, ya que es recurrente que los proveedores o empresas presenten en las Salas del Tribunal Federal de Justicia Administrativa argumentos respecto de: • La falta de personalidad jurídica de la Dirección de Registro Público de Consumidores (DRPC), y • La falta de atribuciones para llevar a cabo las actuaciones por parte de la DRPC. En ese sentido, se requiere un marco jurídico robusto que permita que las actuaciones de la DRPC se encuentren fundamentadas en el Reglamento para la defensa ante los tribunales que corresponda. Es así que en el artículo 60, se establece el objeto del RPC, así como el tipo de información que se tratará, a efecto de determinar las disposiciones legales que establecerán las condiciones para el tratamiento de datos, también se prevé que el Registro Público de Consumidores se inscribirá, a petición de los consumidores, números telefónicos, correos electrónicos u otro medio electrónico óptico o de cualquier otra tecnología, cuando no deseen recibir publicidad. Dicha adición, obedece a lo establecido en el artículo 17, párrafo segundo de la LFPC, el cual menciona que el consumidor podrá exigir directamente a proveedores específicos y a empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios, no ser molestado en su domicilio, lugar de trabajo, dirección electrónica o por cualquier otro medio, para ofrecerle bienes, productos o servicios, y que no le envíen publicidad. También se hace la adición de conformidad con lo dispuesto en los artículos 18 y 18 BIS de la LFPC, así como para establecer que los proveedores puedan tener acceso a los datos inscritos en el RPC, cuando así lo soliciten, previo pago de tarifa, ya que al tratarse de un servicio que ofrece la Procuraduría, ésta puede cobrarlos, con fundamento en el artículo 31 fracción X de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, artículo 15 fracción V de la Ley de Planeación, y artículo 38 fracción VI del Reglamento Interior de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Cabe precisar que el trámite de cobro por este concepto ya se realiza por esta Procuraduría, como puede verse en la página de la misma dentro de la pestaña de trámites, bajo el título de: "Consulta de las listas de REPEP de la Profeco" donde aparece la siguiente liga:

	https://www.gob.mx/tramites/ficha/consulta-las-listas-del-repep-de-la-profeco/PROFECO3857 Este trámite ya se encuentra inscrito en el Registro Nacional de Trámites y Servicios, administrado por la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria, y las tarifas que se cobran son autorizadas anualmente por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. En el artículo 61, se establece que para brindar certeza jurídica en torno al marco jurídico que rige al Registro y que los consumidores hagan valer la protección de su derecho a la privacidad, pueden presentar denuncias en contra de proveedores que incurran en violaciones al artículo 18 BIS de la Ley Federal de Protección al Consumidor, asimismo, se enlistan los supuestos de denuncias improcedentes, precisando en qué casos no podrán ser recibidas por la PROFECO por falta de requisitos o por no contar ésta con atribuciones para recibirlas. Lo anterior, a fin de dotar de seguridad y certeza jurídica, y que los consumidores tengan conocimiento de las causas por las que la Procuraduría no pueda recibir la denuncia. El artículo 62, señala que en caso de que los proveedores envíen publicidad a los consumidores que se encuentren inscritos en el Registro Público de Consumidores, aun cuando los mismos expresamente hubieran manifestado su voluntad de no recibirla, la Procuraduría podrá iniciar de oficio, el Procedimiento por Infracciones a la Ley de conformidad con el artículo 123 de la LFPC.
CAPÍTULO IX Del Registro de Políticas de Compensación por Demoras y Retrasos de Vuelos atribuibles a los Concesionarios o Permisarios, del Transporte Aéreo de Pasajeros Artículos modificados: 63 y 64	Se adiciona un nuevo capítulo IX, en el que se incluye lo relativo a las aerolíneas, de conformidad al artículo 47 BIS de la Ley de Aviación Civil (LAC), y 65 TER y 65 Ter 1 de la LFPC, referidos a las políticas de compensación establecidas como obligatorias para los concesionarios o permisionarios de aerolíneas. Este capítulo reglamenta esa obligación que incluye el que deberán de presentar y registrar cada seis meses, ante la PROFECO, las políticas de compensación, las cuales deberán ser publicadas por la misma. En el artículo 63, se hace regla de conformidad con lo dispuesto en el artículo 47 Bis, fracción V, inciso a), cuarto párrafo, de la Ley de Aviación Civil (LAC) y séptimo transitorio del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la LAC, publicado en el DOF el 26-06-17, en el que se señala que la PROFECO deberá contar con un registro de políticas de compensación, y se prevé la obligación del permisionario o concesionario de presentar y registrar ante la PROFECO las compensaciones que habrán de otorgarse a los pasajeros afectados por demoras o retrasos. En el artículo 64, se regula conforme a lo dispuesto en la reforma al artículo 47 Bis, fracción V, inciso a), de la LAC, publicado en el DOF el 26-06-17, para precisar el periodo de gracia que tienen los proveedores para ratificar o modificar sus políticas de compensación ante el Registro Público de políticas de compensación por demoras y retrasos de vuelos atribuibles a los concesionarios o permisionarios. Asimismo, en relación con el artículo 123 de la LFPC, se establece el inicio del procedimiento por infracciones a la Ley en caso de no presentar la solicitud de registro inicial.
CAPÍTULO X De las reglas procedimentales	Se establece en el artículo 70, en concordancia con los artículos 24 fracción XXIII y 25 BIS fracción VII de la LFPC, referidos a las nuevas atribuciones que se le dan a PROFECO mediante reforma publicada en el DOF el 11-01-18, en materia de la emisión de alertas y llamados a revisión, asimismo se establecen los supuestos en los cuales se procederá a emitirlas, así como los supuestos para la reposición del producto o la devolución de la cantidad pagada o en su caso para la bonificación que corresponda ya se encuentran establecidos en los artículos 92, 92 Bis y 92 Ter LFPC.

Artículos modificados: 70, 71, 72, 73, 74 y 75	En los artículos 71 y 72, se señala qué se entenderá por alerta y llamado a revisión, respectivamente. En el artículo 73, se establece el derecho de audiencia de los proveedores, de conformidad con el artículo 14 Constitucional, para manifestarse respecto de las precisiones que determine esta Procuraduría en relación con la emisión de la alerta o llamado a revisión. La información que proporcionen los proveedores evitará dejarlos en estado de indefensión, permitiendo que los mismos aporten los elementos que consideren suficientes, previo a la emisión de la alerta o llamado a revisión, pues de lo contrario, se estaría ante la posibilidad de que se declare nulo el acto administrativo por no cumplir con las formalidades esenciales del procedimiento. En el artículo 74, se prevén los mínimos legales que deben contener las alertas o llamados a revisión. En el artículo 75, se precisa que las medidas precautorias deberán levantarse por la PROFECO cuando cesen las causas que las originaron.
CAPÍTULO XI De la verificación y vigilancia Artículos modificados: 80	Se inserta un segundo párrafo al artículo 80, a fin de establecer una herramienta que sirva a los proveedores para cumplimentar cabalmente lo ordenado por la PROFECO, lo que también beneficia a los consumidores ya que de manera oportuna serán informados por el proveedor de las acciones u omisiones efectuadas. Lo anterior con fundamento en el artículo 24 fracción XXI de la LFPC, pues la Procuraduría cuenta con la atribución de ordenar a los proveedores que informen a los consumidores, sobre las acciones u omisiones de los primeros, siempre que se afecten sus intereses o derechos, debiendo ordenar además la forma en que los proveedores retribuirán o compensarán, al respecto.
CAPÍTULO XII Del dictamen	Sin modificaciones de fondo
CAPÍTULO XIII De las sanciones Artículos modificados: 100	En el artículo 100, se señala que cuando no se paguen las multas impuestas en los términos previstos se iniciará el PAE, en concordancia con las nuevas atribuciones de autoridad fiscal dadas a la PROFECO, establecida en el artículo 24 fracción XXVI de la LFPC, mediante reforma publicada en el DOF el 11-01-18, y se establece a partir de cuándo se podrá iniciar el PAE, de conformidad con el artículo 65 y 145 del Código Fiscal de la Federación. Cabe precisar que dicho procedimiento no requiere ningún trámite que crear, ya que el PAE se substanciará acorde con lo señalado en el artículo 134 BIS de la LFPC, el Código Fiscal de la Federación y su Reglamento.

Se anexa el cuadro comparativo de la propuesta regulatoria, con la justificación normativa desglosada por artículo.

- **Justificación#1***

R=

- ✓ De acuerdo con la fracción XXIII del artículo 24 y VII del artículo 25 bis de la LFPC, la Procuraduría podrá emitir alertas dirigidas a los consumidores y dar a conocer las de otras autoridades o agencias sobre productos o prácticas en el abastecimiento de bienes, productos o servicios, defectuosos, dañinos o que pongan en riesgo la vida, la salud o la seguridad del consumidor; así como ordenar y difundir llamados a revisión dirigidos a proveedores y dar a conocer los de otras autoridades sobre productos o prácticas en el abastecimiento de bienes, productos o servicios, defectuosos, dañinos o que pongan en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía del consumidor.
- ✓ Derivado del Decreto por los que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de Aviación Civil, publicado en el Diario Oficial de la Federación de 26 de junio de 2017, el cual es de observancia obligatoria para las aerolíneas desde el 8 de noviembre de 2017, de conformidad con el último párrafo del inciso a), fracción V, del artículo 47 bis, las mismas registrarán sus políticas de compensación, en las que se establece la forma en que las aerolíneas compensarán o indemnizarán a los pasajeros cuando el retraso o demora sea imputable a la misma, para lo cual se requiere de un trámite para que los proveedores cumplan con esta obligación de registro prevista en la Ley de Aviación Civil.

Con la regulación del registro de políticas de compensación al pasajero por cancelación o retrasos de vuelos, la protección de los derechos de los pasajeros - consumidores, se garantizará de manera oportuna y eficaz, frente a las prácticas comerciales de los concesionarios, en virtud de lo dispuesto en la normativa señalada, que hacen que su observancia sea obligatoria para las aerolíneas.

Por tanto, el registro de las políticas de compensación de las aerolíneas ante la Procuraduría, protegerá anticipadamente el derecho de información de los consumidores, en relación a los estándares mínimos de compensación o indemnización en caso de cancelaciones o retrasos que sean imputables a los concesionarios, resultando de ello, certeza y confiabilidad en el servicio.

- ✓ De conformidad con el artículo 32 último párrafo de la LFPC, para el caso de que los proveedores requieran orientación para sus pautas publicitarias, la Procuraduría puede realizar un diagnóstico publicitario a solicitud del proveedor, por medio del cual, se revisa la publicidad antes de que se difunda en medios de comunicación, emitiendo una opinión no vinculante que ayudará a que los proveedores cumplan con la Ley Federal de Protección al Consumidor y con las normas aplicables.

La regulación del diagnóstico publicitario ante la Profeco, garantizará el derecho de los consumidores a tener una información veraz, oportuna y comprobable, respecto a la comercialización de bienes, productos o servicios que ofrecen los proveedores a través de cualquier medio publicitario.

En ese sentido, será un mecanismo preventivo para la sociedad, en razón de que, evitará las prácticas comerciales engañosas y erradicará la utilización de

estrategias de venta y publicidad que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre el servicio ofrecido, y con ello, evitar el engaño y error de consumo, en especial de la población más vulnerable.

13. Proporcione la estimación de los costos que supone la regulación para cada particular, grupo de particulares o industria:

Alertas y llamados a revisión

- **Costo unitario:** No se puede estimar un costo unitario
- **Años:** 2018
- **Indique el grupo o industria afectados:** Industria y consumidores de los sectores alimentario, comercio, tecnologías de la información y comunicaciones.
- **Describa de manera general los costos que implica la regulación propuesta#1***

Respecto a las alertas y llamados a revisión, los costos de la regulación se refieren a los costos de producir y difundir información relativa a las alertas por parte de los proveedores de los bienes y servicios y de la Procuraduría.

Para los consumidores, tiene el único costo de acceder a esta información. El consumidor puede revisar la información por medios impresos o por medios digitales a través de un dispositivo móvil o una computadora. Para éste, existe el costo del servicio de internet, ya sea que acuda a un café internet, contrate el servicio referido en su hogar o que lo en su dispositivo móvil. Según la ENDUTIH 2018 (Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y el uso de Tecnologías de Información), de 74.3 millones de usuarios de internet en México, el 86.9% lo utilizó para obtener información.

Los costos en que incurre Profeco son los costos por materiales de difusión como volantes, carteles, stands y también los costos de difusión de la información en redes sociales y medios digitales.

Los costos en los que incurre la industria son también los relativos a los canales de difusión mediante los cuales se hace de conocimiento de los consumidores los problemas o defectos de los bienes o productos adquiridos por su parte.

- **Agentes económicos:** 125,327,797 de habitantes (CONAPO. Población a mitad de año 2018). Cabe señalar que si bien la población económicamente activa en México representa 56,038,471 habitantes (Inegi 2019), toda la población es consumidora, incluyendo bebés, niñas, niños, adolescentes, jóvenes, adultos, o personas de la tercera edad, independientemente de su condición social y nivel económico).
- **Costo Total (Valor Presente):** No se cuenta con un costo total a valor presente.
- **Proporcione la estimación monetizada de los costos que implica la regulación:** No se cuenta con una estimación monetizada de los costos que implica la regulación.
- **Costo Anual:** No se cuenta con costo anual.

Diagnóstico publicitario

- **Costo unitario:** Si bien el trámite de Diagnóstico Publicitario (*Copy Advice*) es gratuito, se puede determinar el costo aproximado de \$25.00 por el dispositivo

magnético (CD) en donde se entrega el material a analizar por parte del proveedor, más \$2.00 de la copia simple que se le requiere, haciendo un total de \$27.00.

No obstante lo anterior, hay que considerar la inversión que realizan los proveedores de bienes, productos o servicios sobre la publicidad que diseñan.

- **Años 2019**
- **Indique el grupo o industria afectados:** Proveedores de bienes, productos o servicios.
- **Describa de manera general los costos que implica la regulación propuesta:**

Si bien la opinión de diagnóstico es gratuita, el proveedor únicamente deberá realizar los gastos del dispositivo magnético (CD), donde entrega la pauta comercial de aproximadamente \$25.00, más \$2.00 de la copia simple de la identificación que se le solicita adjunte a la solicitud que presenta a la Profeco.

- **Agentes económicos:** Proveedores de bienes, productos o servicios.
- **Costo Total (Valor Presente):** El trámite actual es gratuito, solamente se considera el gasto de aproximadamente \$25.00, correspondiente al dispositivo magnético (CD), por medio del cual el proveedor entregue la pauta comercial a analizar y de \$2.00 del costo de la copia simple de identificación que se le requiere, haciendo un total de \$27.00.
- **Proporcione la estimación monetizada de los costos que implica la regulación:** El trámite actual es gratuito, solamente se considera el gasto de aproximadamente \$25.00 que es el costo del dispositivo magnético (CD) en donde el proveedor entregue la pauta comercial a analizar y de \$2.00 del costo de la copia simple de identificación que se le requiere, haciendo un total de \$27.00.

Costo de Dispositivo magnético CD	Costo de copia simple de identificación	TOTAL
\$25.00	\$2.00	\$27.00

- **Costo Anual:** Al tratarse de opiniones únicas sobre las pautas comerciales que se presenten, los gastos que debe realizar el proveedor por cada solicitud de Diagnóstico Publicitario que presente, están estimados en \$27.00, por lo que haciendo un supuesto de que solicite un proveedor 5 opiniones por año, el costo anual ascendería aproximadamente a \$135.00.

Costo de Dispositivo magnético CD	Costo de copia simple de identificación	Número de solicitudes al año proyectadas a recibir	TOTAL

\$25.00	\$2.00	5	\$135.00
---------	--------	---	----------

Registro de políticas de compensación al pasajero por cancelación o retrasos de vuelos

- **Costo unitario:** No se puede estimar un costo unitario, se apuntan cifras agregadas.
- **Años:** 2018
- **Indique el grupo o industria afectados:** Particulares, PROFECO
- **Describa de manera general los costos que implica la regulación propuesta:**

Los costos de la regulación son los equivalentes a producir y difundir información relativa a los derechos de los pasajeros de avión, por parte de los proveedores de los bienes y servicios, y los correspondientes a la Procuraduría.

Particulares: Para los consumidores, tiene el único costo de acceder a esta información, el consumidor puede revisar la información por medios impresos o por medios digitales a través de un dispositivo móvil o una computadora. Para éste, existe el costo del servicio de internet, ya sea que acuda a un café internet, contrate el servicio referido en su hogar o en su dispositivo móvil. Según la ENDUTIH 2018 (Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y el uso de Tecnologías de Información), de 74.3 millones de usuarios de internet en México, el 86.9% lo utilizó para obtener información.

Aerolíneas: Los costos en que incurren las aerolíneas son los beneficios monetarios que entregan al consumidor como forma de compensación por demoras o cancelaciones de vuelos, derivados del cumplimiento a sus obligaciones legales como proveedores y del respeto a los derechos de los consumidores.

PROFECO: Los costos en que incurre la Procuraduría son los equivalentes a los materiales de difusión como volantes, carteles, stands y también los costos de difusión de la información en redes sociales y medios digitales.

- **Agentes económicos:** Población usuaria de líneas aéreas en territorio nacional que han sufrido afectaciones por demoras en sus vuelos, la cual ascendió, en 2018, a 10,119,200 pasajeros.
- **Costo Total (Valor Presente):** \$26,248,400.98 (calculado con base en el Índice Nacional de Precios al Consumidor, INPC, 2ª quincena de julio 2018=100 y se deflacta con el dato diciembre 2018=1.0302).
- **Proporcione la estimación monetizada de los costos que implica la regulación#1*-**

Particulares: No se cuenta con información monetizada del gasto en internet en fuentes oficiales pero el gasto varía según el tipo de dispositivo que se utilice para

los fines de obtener información.

PROFECO: No se cuenta con información monetizada de los costos.

Aerolíneas: El costo monetizado en el ejercicio 2018 fue de \$27,042,102.96

- **Costo Anual:** \$27,041,102.96

14. Proporcione la estimación de los beneficios que supone la regulación para cada particular, grupo de particulares o industria:

Alertas y llamados a revisión

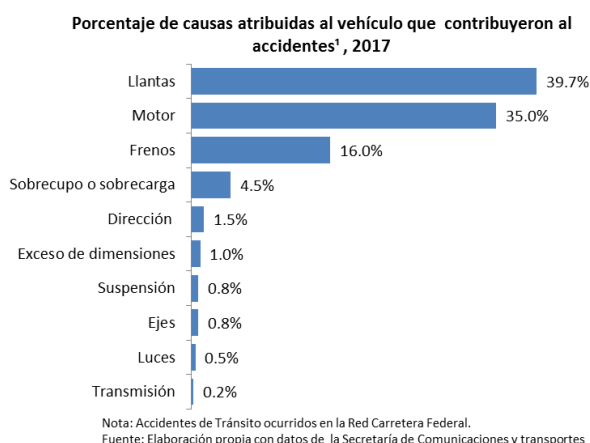
- **Beneficio unitario:** No es calculable el beneficio unitario debido a que manejan cifras aproximadas.
- **Años: 2017**
- **Indique el grupo o industria beneficiados:** Industria, los consumidores y la población en general.
- **Describa de manera general los beneficios que implica la regulación propuesta:**

La regulación propuesta faculta a la Procuraduría para emitir una alerta cuando un producto pone en riesgo la salud o integridad física de las personas. Tres autoridades competentes (Subprocuraduría de Verificación de Profeco, Cofepris o Senasica) analizan el supuesto producto riesgoso y determinan suspender o no su comercialización. También, de manera proactiva, los proveedores pueden informar a las autoridades competentes al detectar un problema en su producto para emitir una alerta.

Dentro de las Alertas Rápidas, el rubro de “Vehículos” es la categoría en la que se han realizado más publicaciones en el sitio institucional de Profeco. De 2016 a 2017, el promedio de alertas de productos relacionadas con vehículos fue de 75%.

En 2017, de acuerdo con registros oficiales de la SCT, se registraron 699,110 accidentes de vehículos en la Red Carretera Federal. Entre las causas atribuibles a los accidentes, 90.8% fue atribuible al conductor y 7.4% al vehículo.

De las causas que contribuyeron al accidente atribuidas al vehículo, 90.7% se presentan en llantas, motor y frenos, principalmente (Ver gráfica).



Con relación a lo anterior, la SCT en su Resumen 2017 de Estadística Accidentes de Tránsito 2017, reveló que los daños materiales fueron de 1,601.30 millones de pesos.

Vale la pena resaltar que los avisos de alerta y llamado a revisión contribuyen no solo a la disminución de los percances sufridos por fallas y afectaciones en vehículos y neumáticos de los mismos. También contribuyen a disminuir la probabilidad de ocurrencia de accidentes relacionados con fallas en electrodomésticos, artículos para el hogar, artículos de belleza y cuidado personal, herramientas, computo, extintores, alimentos, bicicletas, refacciones, telefonía celular entre otros productos.

Por lo anterior, se estima que con la aplicación de la regulación se disminuya en 1% el número de siniestros, reduciendo los costos de los daños materiales tanto para las industrias, como para los consumidores y la población afectada.

- **Agentes económicos:** 124,041,731 de habitantes (Fuente: CONAPO. Proyecciones. Población a mitad de año 2017).
- **Costo Total (Valor Presente):** Actualmente el servicio de alertas o llamados a revisión es gratuito.
- **Proporcione la estimación monetizada de los costos que implica la regulación:** No se cuenta con información monetizada de los costos.
- **Beneficio Anual:** 1,629.4902 millones de pesos en accidentes viales, (calculado con base en el Índice Nacional de Precios al Consumidor, INPC, 2da. quincena de julio 2018=100 y se deflacta con el dato diciembre 2017=0.9827) de los cuales son atribuibles al vehículo el 7.4%. Lo anterior da un total de 120.58 millones de pesos. Suponiendo que con las alertas se puede disminuir en 1% esta cifra anual, el beneficio anual, solo en el rubro de automóviles, sería de 1.2 millones de pesos.

Diagnóstico publicitario

La Procuraduría Federal del Consumidor monitorea la publicidad relativa a bienes, productos o servicios para verificar que ésta sea veraz, comprobable, completa y clara, de acuerdo a lo establecido en el artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC). Además, recibe y analiza denuncias de publicidad que infrinjan dicho artículo. Cuando se detecta publicidad engañosa, conforme a lo establecido en el artículo 123 de la LFPC, la Procuraduría puede iniciar un procedimiento por infracciones a la Ley y en su caso, sancionar a los proveedores.

Ese sentido, PROFECO a través de la Dirección General de Procedimientos, efectúa la revisión previa en materia publicitaria, denominado Diagnóstico Publicitario (*Copy Advice*), de aquellas piezas o pautas publicitarias respecto de las cuales los proveedores solicitan una opinión a esta autoridad, acerca del cumplimiento de las disposiciones de la LFPC, su reglamento y los Lineamientos para el Análisis y Verificación de la Publicidad.

A partir del año 2015, la PROFECO ofrece de forma gratuita estos servicios, alcanzando hasta el año 2017 el número de 47 solicitudes de proveedores para la revisión de publicidad sobre diversos productos, bienes o servicios.

Cabe mencionar, que la opinión que se emite no es vinculante, es decir, no es un permiso, autorización o visto bueno sobre las pautas publicitarias.

Beneficio unitario: La regulación del diagnóstico publicitario facilitará y garantizará la relación estrecha entre consumidor-proveedor, en virtud de que este trámite ante la Profeco garantizará el derecho de la población a tener información veraz, oportuna y comprobable respecto a la comercialización de bienes, productos o servicios ofrecidos por los proveedores, a través de cualquier medio publicitario.

En ese sentido, el diagnóstico publicitario es un mecanismo preventivo tanto para el proveedor como para la sociedad, en razón de que, evitará las prácticas comerciales engañosas y erradicará la utilización de estrategias de venta y publicidad que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre el servicio ofrecido, y con ello, se evitará el engaño y el error de consumo, en especial de la población vulnerable.

En concordancia con lo anterior, se reducirán los procedimientos por infracciones al artículo 32 de la LFPC, mismo que prohíbe la utilización de publicidad engañosa, así como la imposición de sanciones a los proveedores infractores de la ley.

Años: 2019

Indique el grupo o industria beneficiados: Proveedores de bienes, productos o servicios; consumidores de bienes, productos o servicios que reciben la publicidad a través de televisión, radio, internet y medios impresos.

- **Describa de manera general los beneficios que implica la regulación propuesta:**

El establecimiento obligatorio del Diagnóstico Publicitario (*Copy Advice*), beneficia por una parte a los proveedores que publicitan las características, beneficios o propiedades que tienen los bienes, productos o servicios que comercializan, al contar con una opinión en la que se establezca si se cumple o no con lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor y la normativa vigente aplicable al caso concreto.

Por otra parte, los consumidores resultan beneficiados, ya que al ser el principal objetivo de la publicidad que realiza el proveedor de bienes, productos o servicios, estaría ante una publicidad que cumple con lo establecido en la normativa vigente y se evitarían daños o engaños al momento de comprar.

No obstante lo anterior, tomando como ejemplo la publicidad que se emite a través de los medios de comunicación masivos, se debe tomar en cuenta que la población beneficiada puede ser aproximadamente de 125'000,000 habitantes.

- **Agentes económicos:** Proveedores de Bienes, productos o servicios, población consumidora de bienes, productos o servicios.

- **Costo Total Valor Presente):** Actualmente el servicio de Diagnóstico Publicitario es gratuito.
- **Proporcione la estimación monetizada de los costos que implica la regulación:** Actualmente el servicio de Diagnóstico Publicitario es gratuito.
- **Beneficio Anual:** Para el caso de los proveedores, el beneficio anual sobre su publicidad será exponencial, considerando que para 2018 en México el gasto en publicidad ascendió a 4,21 mil millones de dólares, convirtiéndose así en el tercer mercado publicitario más grande de América Latina, de acuerdo a un estudio publicado por el portal Merca2.0.

Registro de políticas de compensación al pasajero por cancelación o retrasos de vuelos

- **Beneficio unitario:** No se calcula beneficio unitario, se apuntan cifras agregadas.
- **Años:** 2018
- **Indique el grupo o industria beneficiados:** Particulares, Aerolíneas, PROFECO
- **Describe de manera general los beneficios que implica la regulación propuesta:**

Los beneficios de la regulación se refieren a las mejoras que experimentarán los actores involucrados, gracias a la implementación de la normatividad en cuestión.

Particulares: El beneficio al particular son las indemnizaciones aplicables por retrasos y cancelaciones en vuelos.

Aerolíneas: El beneficio de las aerolíneas es que al difundirse la información normativa pueden prever y gestionar mejor sus incidencias, así como ahorrar costos.

PROFECO: Disminución de quejas en el rubro del servicio de aerolíneas.

- **Agentes económicos:** Población usuaria de líneas aéreas en territorio nacional que ha sufrido afectaciones por demoras en sus vuelos la cual asciende a 10,119,200
- **Beneficio Total (Valor Presente):** \$26,248,400.98 (calculado con base en el Índice Nacional de Precios al Consumidor, INPC, 2ª quincena de julio 2018=100 y se deflacta con el dato diciembre 2018=1.0302)
- **Proporcione la estimación monetizada de los costos que implica la regulación:**

Particulares: Según datos de la Procuraduría Federal del Consumidor, en el año 2018, se recuperaron montos por procedimiento conciliatorio que ascienden a \$2,073,664.59, además del monto por conciliaciones exprés por un total de \$24,967,438.10, lo cual suma \$27,041,102.96 en beneficio de los consumidores.

Aerolíneas: No se cuenta con la estimación monetizada, sin embargo, se estiman beneficios que se verán reflejados en la calidad del servicio ofrecido por estas empresas.

PROFECO: No se cuenta con la información monetizada, sin embargo, la regulación implicará beneficios para la administración interna de la Procuraduría toda vez que se calcula que el número de quejas presentadas ante la institución disminuirá considerablemente.

- **Beneficio Anual:** \$27,041,102.96.

15. Justifique que los beneficios de la regulación son superiores a sus costos.

Alertas y llamados a revisión

El beneficio directo corresponde a la reducción de los costos por daños materiales, aun así, se obtendrán beneficios adicionales debido a que reduciría el umbral de siniestros para los consumidores y terceras personas afectadas, los cuales corresponderían a gastos médicos, funerarios, legales, servicios de reparación o mantenimiento, etc.

Los costos de implementar esta regulación, están dentro las actividades que realiza la Procuraduría, no implicarían un gasto adicional.

Registro de políticas de compensación al pasajero por cancelación o retrasos de vuelos

Según datos del 2018 publicados por la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), en los últimos cinco años, el transporte de pasajeros transportados en servicio regular y de fletamento, doméstico e internacional, creció un 58.2% con una tasa media de crecimiento anual (TMCA) de 9.6%. Las demoras atribuibles a aerolíneas fueron de un 10.4% del total de vuelos (los cuales sumaron 97.3 millones). Si la tasa de crecimiento citada se mantiene constante, en lo sucesivo se atenderá a una mayor población por lo que los beneficios serán mayores.

Diagnóstico publicitario

El diagnóstico publicitario (*Copy Advice*), resulta benéfico tanto para proveedores como consumidores, por una parte, esta autoridad tiene registrado que, antes de la reforma se instauraron 48 procedimientos por infracciones a la ley, recuperándose un monto total de \$20'624,198.20, mientras que, después de la reforma de 11 de enero de 2018, se resolvieron 37 de procedimientos, pero recuperándose un monto por sanciones de \$18'555,964.56, concretamente por publicidad engañosa, lo que refleja una disminución de PIL's a partir de la reforma; y, las solicitudes de diagnósticos publicitarios antes de la reforma, ascienden a 8, mientras que, después de ésta, aumentaron a 52 solicitudes, por lo que los proveedores al solicitar este trámite tendrían certeza de que sus pautas publicitarias estarían acorde con lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor y demás normatividad vigente y se evitarían este tipo de sanciones.

Por otra parte, para los consumidores, ya que la publicidad sobre bienes, productos o servicios estaría libre de características que no vayan acorde con las propiedades que realmente tienen, realizarían mejores decisiones de compra.

16. ¿La propuesta de regulación contempla esquemas que impactan de manera diferenciada a sectores, industria o agentes económicos? (Por ejemplo, a las micro, pequeñas y medianas empresas):

R= Sí, la respuesta es la misma que la marcada con el número 9.3.

APARTADO IV. CUMPLIMIENTO Y APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

17. Describa la forma y/o los mecanismos a través de los cuales se implementará la regulación (incluya recursos públicos):

Alertas y llamados a revisión

La Ley Federal de Protección al Consumidor, prevé entre sus principios básicos en las relaciones de consumo, la protección de la vida, salud, seguridad y economía del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos; la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como los riesgos que presenten.

Al respecto, se cuenta con la Red de Alertas Rápidas, misma que forma parte de un sistema en el que participan las autoridades competentes, con el objeto de evitar que se afecte los derechos de una colectividad de consumidores, mediante acciones de verificación y difusión de información de productos o alimentos que, al incumplir con la normatividad aplicable, representan un riesgo para su seguridad, salud, economía e incluso su vida, llevando a cabo la emisión de alertas.

Para llevar a cabo la emisión de alertas, se cuenta con un protocolo interno operado por el Departamento de Red de alertas, de la Subprocuraduría de Verificación. Cabe precisar que este Protocolo es interno, comúnmente aceptado por los proveedores para la emisión de alertas, el cual únicamente se aplica en la Subprocuraduría de Verificación, y en un ejercicio posterior, también se aplicará en la Subprocuraduría de Telecomunicaciones. Este Protocolo se encuentra estructurado en cuatro etapas: Investigación, Alerta y Difusión, Acciones y Seguimiento.



Desde esta perspectiva, el Departamento de Red de Alerta Rápida, ha preparado el protocolo que provee una serie de pautas y lineamientos, cuya finalidad es la de alcanzar un desempeño eficiente y rápido dentro de la Procuraduría, en la gestión de alertas y seguridad de productos.

Para ello, es necesario que cada persona en los sectores, ya sea de la sociedad civil, las autoridades nacionales e internacionales o el sector privado, comprenda su responsabilidad al efectuar el trabajo en estas áreas, procurando siempre que la seguridad de los consumidores en territorio nacional esté salvaguardada.

1. Objetivo general del protocolo de acción en materia de gestión de alertas y seguridad de producto El objetivo general es conocer los pasos para poder emitir o publicar una alerta rápida.

1.1. Objetivos específicos:

- Localizar todos los productos alertados lo más rápido posible. Es preciso tener en cuenta el periodo de comercialización y ubicación de los productos, la población destino, la vida útil estimada y cómo es más probable que se mantenga y repare el producto.
- Retirar los productos alertados de la cadena de distribución y del poder de los consumidores propietarios; y
- Comunicar de inmediato la información precisa y comprensible a la población consumidora sobre el defecto o el peligro del producto y la medida correctiva.

1. Existen 3 procesos para la emisión/gestión de alertas y seguridad de producto

Jefatura de Red de Alerta Rápida	
Proceso 1: Alerta Rápida por comunicación e intercambio entre agencias de protección al consumidor de diversos países, principalmente la CPSC, Health Canada y agremiados a la OEA	
Institución homóloga	1. Comunica mediante correo electrónico al Jefe del Departamento de Alerta Rápida y al área Internacional de la Procuraduría que un proveedor implementará una alerta voluntaria que involucra además de su mercado, el mercado mexicano. Los homólogos en la mayoría de los casos, proporcionan los datos de contacto de la firma de abogados o la persona autorizada para tratar la alerta. 2. Se envían requisitos en inglés al proveedor. 3. Presenta documentación en el área de Contacto Ciudadano. 4. Contacto Ciudadano, verifica que cumpla con todos los requisitos e ingresa el trámite. 5. Contacto Ciudadano remite la documentación al Departamento de Red de Alertas Rápidas.
Departamento de RAR	6. El Departamento de Red de Alertas Rápidas, tendrá 3 días hábiles para analizar la información, en el supuesto de que no se cuente con los requisitos mínimos para la emisión de la alerta, el departamento de RAR tendrá que requerir al proveedor o a la firma de abogados vía telefónica o correo electrónico que se proporcione la información faltante.

	7. Una vez integrada toda la información, se elabora el borrador de alerta rápida y se comparte al proveedor para su visto bueno o en su caso para comentarios para considerar cambios. 8. Se propone fecha para la publicación con las agencias homólogas, con el objetivo de que se publique la alerta o <i>recall</i> al mismo tiempo. 9. Se elabora formato de aprobación de la alerta para la Coordinación Ejecutiva de la Subprocuraduría de Verificación donde se solicita la autorización para su publicación. 10. Se autoriza la publicación de alerta y se envía correo electrónico solicitando a las áreas se publique la alerta en el portal institucional y en la plataforma de la RAR. 11. Después de la publicación se solicita al proveedor que informe de manera semestral los avances que se han obtenido.
--	--

Jefatura de Red de Alerta Rápida	
Proceso 2: Alerta Rápida por comunicación voluntaria por parte de las empresas o proveedores responsables en México.	
Proveedor	1. Presenta documentación en el área de Contacto Ciudadano. 2. Contacto Ciudadano, verifica que cumpla con todos los requisitos e ingresa el trámite. 3. Contacto Ciudadano remite la documentación al Departamento de Red de Alertas Rápidas.
Departamento de RAR	4. El Departamento de Red de Alertas Rápidas, tendrá 3 días hábiles para analizar la información, en el supuesto de que no se cuente con los requisitos mínimos para la emisión de la alerta, el departamento de RAR tendrá que requerir al proveedor o a la firma de abogados vía telefónica o correo electrónico que se proporcione la información faltante. 5. Una vez integrada toda la información, se elabora el borrador de alerta rápida y se comparte al proveedor para su visto bueno o en su caso para comentarios para considerar cambios. 6. Se elabora formato de aprobación de la alerta para la Coordinación Ejecutiva de la Subprocuraduría de Verificación donde se solicita la autorización para su publicación. 7. Se autoriza la publicación de alerta y se envía correo electrónico solicitando a las áreas se publique la alerta en el portal institucional y en la plataforma de la RAR. 8. Después de la publicación se solicita al proveedor que informe de manera semestral los avances que se han obtenido.

Jefatura de Red de Alerta Rápida

Proceso 3: Alerta Rápida por acto de autoridad como oficios de requerimiento de información, visitas de verificación, dictámenes del LNPC.

Derivado de la verificación llevada a cabo como acto de autoridad en el macro de Programas Nacionales de Verificación, así como en atención a denuncias, y la vigilancia de productos en el mercado, para asegurar que los productos que se comercialicen en el territorio nacional cumplan con las especificaciones establecidas por las Normas Oficiales Mexicanas. Estas acciones de verificación son impulsadas por dos factores:

- a. Temporadas de mayor consumo de ciertos productos.
- b. Denuncias presentadas por los consumidores, haciendo del conocimiento de la autoridad la comercialización de productos o prestación de servicios que incumplen con la Ley Federal de Protección al Consumidor y las Normas Oficiales Mexicanas.

Al tratarse de actos de autoridad, deben cumplirse todas las formalidades del procedimiento administrativo, por lo que el proceso para la determinación del riesgo toma mayor tiempo, por razón del análisis y emisión de dictamen de resultados por el Laboratorio, mismo que debe notificarse al proveedor responsable quien cuenta con el derecho de solicitar el análisis de muestras testigo para dejar firme el incumplimiento.

1. Dentro del procedimiento administrativo podría ordenarse la prohibición de la comercialización a nivel nacional del producto que incumple así como su destrucción, sin detrimento de la imposición de sanciones económicas que conforme a derecho procedan para la empresa.
2. Las denuncias ciudadanas, en la identificación de productos peligrosos, en virtud de que los consumidores están en constante contacto con los productos y son quienes sufren los desperfectos de los mismos así como las lesiones físicas por accidentes atribuibles a tales productos, en ese sentido, al interior de la Procuraduría se inicia el proceso de verificación y gestión de alerta por producto peligroso.
3. El Departamento de RAR realiza el seguimiento de productos que pueden poner en riesgo la vida, salud, seguridad o economía de los consumidores, mediante el rastreo en páginas nacionales e internacionales dedicadas a publicar información sobre productos que hubiesen detectado que podrían representar un riesgo a los consumidores.
4. Una vez que se tienen productos detectados, se informa a la Dirección General de Verificación y Vigilancia para que proceda a realizar visitas de verificación en los establecimientos en que se comercializan, a efecto de recabar muestras de los mismos para ser analizadas en el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor y, derivado de su análisis se emita el dictamen correspondiente.
5. Con base en lo anterior, se requiere a los fabricantes, distribuidores o importadores para que proporcionen información, respecto de los productos que podrían representar un riesgo, a efecto de determinar con base en la información proporcionada, la viabilidad de publicar la alerta correspondiente en la Red de Alerta Rápida con la finalidad de informar a los consumidores sobre el o los riesgos que puede generar el uso de estos productos.
6. En el caso de que se detecte que aquellos productos no reúnen las características mínimas de seguridad, poniendo en riesgo la seguridad de los consumidores, se procede al retiro del mercado, la inmovilización y/o a la destrucción de los mismos, ya sea con base en las facultades de verificación y el resultado de los procedimientos administrativos tramitados por la DGVV o el LNPC o mediante el trabajo coordinado con aquellas empresas que se acercan a Profeco a hacer del conocimiento el retiro voluntario de productos, llamados a revisión o reparación de los mismos.

Para el caso del Programa Nacional de Verificación de Seguridad de Productos, se realiza lo siguiente:

1. Constata que la información comercial de los empaques, instructivos y garantías, se ajuste a lo dispuesto por las Normas Oficiales Mexicanas aplicables.
2. Recaba muestras de productos (por duplicado, quedando una muestra como testigo en resguardo del establecimiento) sujetos a especificaciones de seguridad, a fin de constatar su cumplimiento y que éstos no representen un riesgo para el consumidor.
3. En caso de detectar incumplimientos en la información comercial, procede a la aplicación de la medida precautoria denominada inmovilización de productos, es decir, a la colocación de sellos con la leyenda “INMOVILIZADO” sobre los productos en los cuales se ha detectado un incumplimiento, con lo cual se impide la comercialización inmediata en el punto de venta donde practica la visita de verificación.
4. Una vez recabadas las muestras de los productos, éstas se envían al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor para su análisis.
5. Si derivado de los análisis, se detecta el incumplimiento y posible riesgo, la Procuraduría emitirá la prohibición de la comercialización del producto, informando tal circunstancia a las Cámaras de Comercio a fin de evitar su comercialización. No obstante, de conformidad con la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, el responsable del producto tiene derecho a inconformarse por el resultado del análisis, solicitando el análisis de la muestra testigo, la cual será analizada a costo del proveedor y el resultado de este análisis, será el definitivo. Por lo que, si se confirma el resultado del primer análisis, es decir, el producto vuelve a incumplir, queda en firme la prohibición, extendiéndose a nivel nacional, con lo cual no será posible su comercialización, a menos que la empresa lleve a cabo un reproceso, reparación o reacondicionamiento del producto, asegurando que el peligro ha cesado. En caso contrario, de detectarse el cumplimiento en el segundo análisis, la medida de la prohibición de la comercialización queda sin efectos y el producto podrá comercializarse.
6. Por los incumplimientos a la información comercial, la Profeco podrá imponer sanciones económicas,

Diagnóstico publicitario “Copy Advice”

Respecto a los mecanismos de implementación para el diagnóstico publicitario, se señala que éste es un servicio gratuito y preventivo que ayuda a cumplir con los objetivos de la Ley Federal de Protección al Consumidor (artículo 32 último párrafo), el cual puede ser solicitado mediante el formato de “solicitud de diagnóstico publicitario” a través del correo electrónico copyadvice@profeco.gob.mx o por escrito ante la oficialía de partes de la Dirección General de Procedimientos de la Subprocuraduría de Servicios de esta Procuraduría, adjuntando el proyecto o la pauta publicitaria inédita, completa y en idioma español, la cual se someterá a revisión de esta autoridad administrativa, para emitir una opinión no vinculante por escrito, en un plazo no mayor a 10 días hábiles, la cual contendrá las sugerencias que se estimen pertinentes con relación al cumplimiento de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor y pueda la solicitante dar a conocer dicha publicidad en los medios impresos, electrónicos, televisivos o radiofónicos.

Políticas de compensación

Las aerolíneas solicitan por escrito a la Dirección General de Procedimientos de la Subprocuraduría de Servicios de esta Procuraduría, anexando el formato de registro de las políticas de compensación de conformidad con el artículo 47 bis, fracción V, inciso a), de la Ley de Aviación Civil, la cual se someterá a su estudio para determinar si cumplen con los requisitos previstos en el referido precepto legal y en su caso, otorgar el registro semestral de las políticas de compensación por cancelación, demoras o retrasos atribuibles a los concesionarios o permisionarios del transporte aéreo de pasajeros.

Se señala que la regulación propuesta no modifica los programas presupuestarios aprobados en el Presupuesto de Egresos de la Federación, por lo que no tendrá un impacto en el gasto programable y no programable.

18. Describa los esquemas de inspección, verificación, vigilancia, certificación, acreditación y sanciones que se aplicarán para garantizar el cumplimiento de la regulación: *

R= Los mecanismos de verificación del cumplimiento de la regulación se realizarán por medio de los procedimientos que ya se encuentran previstos en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), como los monitoreos (artículo 13 LFPC), las denuncias que realicen los consumidores (artículo 97 LFPC) y los Procedimientos por Infracciones a la Ley (artículo 123 LFPC).

En cuanto a los monitoreos, este mecanismo de verificación se encuentra regulado en el primer párrafo del artículo 13 de la LFPC, por lo que la Procuraduría realiza el monitoreo de la información y publicidad en medios de comunicación masiva, además de recibir y analizar las denuncias que se presentan por publicidad engañosa. Con el monitoreo se identifica a los proveedores que hayan emitido publicidad engañosa o abusiva, posteriormente, se les requiere información para que acrediten el cumplimiento a la ley, y del resultado del análisis que se realice, se les ordena que modifiquen, corrijan o suspendan su publicidad, o en su caso, se inicia el procedimiento por infracciones a la ley, a través del cual se sanciona a los proveedores que no cumplen con las disposiciones aplicables en materia de publicidad.

El Procedimiento por Infracciones a la Ley (PIL) es el procedimiento administrativo, que se inicia cuando se detectan presuntas violaciones a las disposiciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor por parte de un proveedor, el cual concluye con una resolución administrativa para determinar la imposición de sanción, dicho procedimiento se encuentra regulado en el artículo 123 de la LFPC.

18.1 Precise los resultados esperados de la aplicación de dichos esquemas y mecanismos:

R= Con la aplicación de la regulación propuesta, se conseguirán los siguientes resultados globales:

- El consumidor contará con mejores mecanismos para defender sus derechos.
- Los proveedores contarán con mayor seguridad jurídica respecto a sus acciones comerciales.
- Se empoderará al consumidor y se fomentará la confianza ciudadana.
- Se promoverá un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable.

La PROFECO facilitará la implementación de estos mecanismos, garantizando la protección de los derechos de los consumidores.

18.2 ¿Estos esquemas se aplicarán de la misma manera para todos los sujetos y materias reguladas o se prevén una aplicación diferenciada en función de los riesgos que se están regulando?:

R= Los esquemas se aplican de la misma manera para todos los sujetos obligados.

18.3 Presente los indicadores y estadísticas como el número de verificaciones, las sanciones aplicadas, organismos de certificación, unidades de verificación, terceros autorizados y recursos interpuestos contra la regulación implementada, con los que se pretende dar seguimiento a la regulación propuesta:

R= Los medios con los que se pretende dar seguimiento a la regulación propuesta se realizarán a través de los procedimientos que ya se encuentran previstos en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), como los monitoreos (artículo 13 LFPC), las denuncias que realicen los consumidores (artículo 97 LFPC) y los Procedimientos por Infracciones a la Ley (artículo 123 LFPC).

En cuanto a los monitoreos, este mecanismo de verificación se encuentra regulado en el primer párrafo del artículo 13 de la LFPC, por lo que la Procuraduría realiza el monitoreo de la información y publicidad en medios de comunicación masiva, además de recibir y analizar las denuncias que se presentan por publicidad engañosa. Con el monitoreo se identifica a los proveedores que hayan emitido publicidad engañosa o abusiva, se les requiere información para que acrediten el cumplimiento a la ley, y del resultado del análisis que se realice, se les ordena que modifiquen, corrijan o suspendan su publicidad o, en su caso, se les inicia procedimiento por infracciones a la ley, a través del cual se sanciona a los proveedores que no cumplen con las disposiciones aplicables en materia de publicidad.

El Procedimiento por Infracciones a la Ley (PIL) es el procedimiento administrativo, que se inicia cuando se detectan presuntas violaciones a las disposiciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor por parte de un proveedor, el cual concluye con una resolución administrativa para determinar la imposición de sanción, dicho procedimiento se encuentra regulado en el artículo 123 de la LFPC.

APARTADO V. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

19. Describa la forma y los medios a través de los cuales se evaluará el logro de los objetivos de la regulación: *

R= A fin de evaluar los objetivos, resultados y acciones de la regulación se implementarán los siguientes mecanismos:

- El monitoreo periódico de los indicadores, integrados a las Matrices de Indicadores para Resultados y al Programa Anual de Actividades.
- Una evaluación ex post quinquenal a la regulación.

APARTADO VI. CONSULTA PÚBLICA

20. ¿Se consultó a las partes y/o grupos interesados para la elaboración de la regulación?: *

R= Sí, para la elaboración del presente anteproyecto se realizaron mesas de trabajo con diversas cámaras y asociaciones de sectores específicos a los que la regulación propuesta impactaría.

Mecanismo mediante el cual se realizó la consulta#1*

R= Mesas de trabajo

Señale el nombre del particular o el grupo interesado#1*

R=

- Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMDA)
- Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA)
- Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)
- Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN)
- Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO SERVYTUR MÉXICO)
- Consejo Coordinador Empresarial (CCE)

Describa brevemente la opinión del particular o grupo interesado#1*

R= El sector empresarial propuso las siguientes inclusiones:

- El concepto de “productos” para homologarlo conforme a ley
- La obligación de los proveedores de informar y exhibir el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que se desee adquirir, mediante documentos, anuncios, sistemas electrónicos, avisos o cualquier otra forma
- Supuestos del apercibimiento
- El levantamiento de la constancia ante dos testigos en la realización de alguna diligencia
- La especificación de que un producto o servicio no pone en riesgo la vida de los consumidores cuando en las etiquetas, instructivos o manuales medien advertencias sobre su uso
- El señalamiento de que para el caso de la emisión de alertas y llamados a revisión, considerando la especialidad del producto, la Procuraduría solicitará previamente información, documentación y demás elementos necesarios a diferentes autoridades nacionales e internacionales, siempre y cuando se trate de productos comercializados en México.

- La especificación de que se considera una conducta o práctica abusiva, la manipulación de precios o tarifas derivado de fenómenos naturales, meteorológicos o contingencias sanitarias
- Los elementos mediante los cuales se determinará la procedencia de la emisión de alertas
- En el caso de las alertas y llamados a revisión, los supuestos mediante los cuales la Procuraduría realizará la evaluación y dictaminación técnica del probable riesgo al consumidor
- Lo que debe entenderse por evidencia científica, objetiva y fehaciente a que hace alusión el artículo 32 cuarto párrafo de la LFPC.
- La manera en la que el proveedor, para efectos del artículo 32, podrá acreditar la veracidad de la información a través de documentación emitida por organismos nacionales o internacionales cuando no existan regulaciones específicas aplicables en el territorio nacional.
- El supuesto para no considerar como infracción la obstaculización en las visitas de verificación, cuando en el acta correspondiente no se señale el motivo para ello, o en su caso, cuando el acto no contenga la información o elementos correspondientes.
- La inclusión de que los dictámenes en que se hubieren recogido muestras, deben realizarse por peritos especializados.
- La sustitución del término “personas” por el de “consumidor

Cabe precisar, que el proyecto se sometió a consulta pública en un primer ejercicio realizado en diciembre del año pasado, en el cual, algunas asociaciones como la Cámara Nacional de Industria de la Leche (CANILEC), la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz A.C. (AMIA) y la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC), realizaron algunas propuestas, que fueron consideradas como se muestra a continuación:

COMENTARIOS DE LA CÁMARA NACIONAL DE INDUSTRIA DE LA LECHE (CANILEC), RESPECTO AL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	PROPUESTA DEL CANILEC CON RESPECTO AL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	ANTEPROYECTO DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	JUSTIFICACIÓN NORMATIVA
Solicitó que el cumplimiento de los proveedores a los que se refieren los artículos 7 BIS y 57 de la Ley, se realice conforme a las disposiciones fiscales aplicables.	Artículo 5.- Para efectos de lo dispuesto en los artículos 7 BIS y 57 de la Ley, el proveedor podrá acreditar el cumplimiento de las obligaciones que le imponen dichos preceptos, a través de medios electrónicos,	Artículo 5.- Para efectos de lo dispuesto en los artículos 7 BIS y 57 de la Ley, el proveedor acreditará el cumplimiento de las obligaciones que le imponen dichos preceptos mediante	Se modifica la redacción del artículo 5, para asegurar el derecho del consumidor a ser informado respecto del monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezcan,

	ópticos o de cualquier otra tecnología, documentos, anuncios, avisos o cualquier otra forma que de manera clara legible e indubitable informen o exhiban, el monto total que deba pagar el consumidor por los bienes, productos o servicios que desee adquirir o contratar, atendiendo a los supuestos aplicables de cada precepto. Asimismo, para dar cumplimiento a la obligación prevista en el artículo 12 de la Ley, la entrega de la factura, recibo o comprobante, podrá realizarse a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, a elección del consumidor y en cumplimiento a las disposiciones fiscales aplicables.	documentos, anuncios, avisos, medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, así como cualquier otra forma que de manera clara, legible, e indubitable y en lugar visible, al alcance de cualquier consumidor, informen o exhiban el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que se desee adquirir o contratar, atendiendo a los supuestos aplicables de cada precepto.	por lo que se cambia el texto “podrá acreditar”, por el de “acreditará”, lo que le da el carácter de vinculante, de conformidad con el artículo 7 de la LFPC, asimismo respecto de la incorporación de medios tecnológicos para acreditar el cumplimiento de las obligaciones, se deriva de la existencia de los avances tecnológicos, por lo que se requiere actualizar el marco regulatorio de las relaciones de consumo, incluso cada vez es más frecuente, que dichas relaciones se originen a través de medios tecnológicos, haciendo necesaria esta adición, de conformidad con las fracciones III y VIII del artículo 1, y fracción IX del artículo 24 de la LFPC. Por otra parte, se sustituye el vocablo “indiquen” por “informen o exhiban”, de conformidad con los artículos 7 y 57 de la LFPC, que establecen la obligación de los proveedores de informar o exhibir (respectivamente) a los consumidores el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezcan.
Se propone se añada la siguiente redacción:	CAPITULO II De las medidas de apremio y medidas precautorias Sección Primera Medidas de Apremio Artículo 7.- Se entiende por medida de apremio aquella que la Procuraduría impone para hacer cumplir coactivamente los actos administrativos por ella	Artículo 7.- Se entiende por medida de apremio aquella que la Procuraduría impone para hacer cumplir coactivamente los actos administrativos por ella ordenados mediante oficios, acuerdos o resoluciones, así como los convenios ante ella celebrados. El acuerdo o el acta en el que se imponga la	Sin cambios

	ordenados mediante oficios, acuerdos o resoluciones, así como los convenios ante ella celebrados. El acuerdo o el acta en el que se imponga la medida de apremio deberá indicar la o las disposiciones que se presuman violadas o infringidas por el proveedor, así como los elementos que soporten la imposición de dicha medida, previa garantía de audiencia.	medida de apremio deberá indicar la o las disposiciones que se presuman violadas o infringidas por el proveedor, así como los elementos que soporten la imposición de dicha medida.	
Sugirieron suprimir el segundo párrafo. Y propusieron lo siguiente: <u>Consideraciones:</u> Consideramos que tienen que ampliarse los criterios para aplicar medidas de apremio, no únicamente condición económica del proveedor.	Artículo 13.- La aplicación de medidas de apremio consistentes en multa con motivo de actos u omisiones que impidan llevar a cabo los actos ordenados por la Procuraduría, se realizará con proporcionalidad considerando la condición económica del proveedor, gravedad del daño, perjuicio al consumidor y carácter intencional del infractor. Asimismo, para los efectos de las multas diarias a las que se refiere el artículo 25, fracción IV de la Ley, las mismas se computarán a partir del día en el que se reitere el incumplimiento del mandato respectivo y hasta que se acredite su cumplimiento. Las multas impuestas como medida de apremio, por su naturaleza jurídica, son independientes a las multas impuestas como sanciones económicas, que se imponen con motivo del incumplimiento a las disposiciones de la Ley, sin ser las primeras, accesorias de ningún procedimiento previsto en la Ley.	Artículo 13.- La aplicación de medidas de apremio consistentes en multa con motivo de actos u omisiones que impidan llevar a cabo los actos ordenados por la Procuraduría, se realizará con proporcionalidad considerando la condición económica del proveedor. Asimismo, para los efectos de las multas diarias a las que se refiere el artículo 25, fracción IV de la Ley, las mismas se computarán a partir del día en el que se reitere el incumplimiento del mandato respectivo y hasta que se acredite su cumplimiento. Las multas impuestas como medida de apremio, por su naturaleza jurídica, son independientes a las multas impuestas como sanciones económicas, que se imponen con motivo del incumplimiento a las disposiciones de la Ley, sin ser las primeras, accesorias de ningún procedimiento previsto en la Ley.	Se adiciona un párrafo tercero al artículo 13, conforme al artículo 25 de la LFPC, para precisar que la imposición de la medida de apremio tiene como finalidad hacer cumplir coactivamente la determinación de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), es decir, que se realice alguna determinación que se requiera. Lo que significa que se distingue a las medidas de apremio de las sanciones y se aclara que las primeras son independientes de las sanciones.
Solicitaron revisar lo referente a la Medida de apremio de arresto administrativo, ya que puede ser muy duras, dado	Artículo 14 BIS.- ...	Artículo 15.- El arresto administrativo hasta por treinta y seis horas previsto en la fracción III del artículo 25 de la Ley,	Se precisa que la imposición de la medida de apremio tiene como finalidad hacer cumplir

que en algunas ocasiones se comete la infracción a la ley por desconocimiento de la misma.		se llevará a cabo cuando: I. En más de una ocasión el proveedor no haya dado cumplimiento a lo ordenado por la Procuraduría; II. Se realicen acciones violentas que impidan llevar a cabo los actos ordenados por la Procuraduría, que pongan en riesgo la integridad física o seguridad personal de los servidores públicos encargados de realizarlos o de cualquiera otra persona que intervenga en la diligencia correspondiente, a juicio de la autoridad emisora del acto; III. El proveedor no comparezca o no desahogue algún requerimiento de información que por escrito solicite la Procuraduría, o documentación, relacionada con bienes, productos o servicios que afectan o puedan afectar la vida, salud, seguridad o economía del consumidor; IV. El proveedor desacate la orden de suspensión de información o publicidad a que se refiere el artículo 35, fracción I de la Ley, sin que medie causa justificada acreditada ante la Procuraduría, y V. Se obstaculicen o impidan las acciones de verificación de conformidad con el artículo 13 de la Ley, así como el procedimiento administrativo de ejecución que ordene la Procuraduría. En tales casos, deberá solicitarse apoyo a la autoridad de seguridad pública local o federal	coactivamente la determinación de la Procuraduría, es decir, obtener la realización de la conducta requerida. No se trata de sancionar o de castigar el incumplimiento de la persona a la que se dirige la determinación, sino de hacer efectiva ésta a la brevedad posible, por lo que la imposición de la medida de apremio consistente en el arresto administrativo tendría que aplicarse cuando se actualicen supuestos en los que por más de una ocasión no se acate lo ordenado por la Procuraduría. Sirve de apoyo el siguiente criterio emitido por la SCJN: MULTA COMO MEDIDA DE APREMIO PREVISTA EN EL ARTÍCULO 25, FRACCIÓN II, DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. PARA INDIVIDUALIZAR SU MONTO RESULTA INAPLICABLE LO PREVISTO EN EL ARTÍCULO 132 DE ESE ORDENAMIENTO LEGAL. El artículo 25, fracción II, de la Ley Federal de Protección al Consumidor prevé la multa como medida de apremio para garantizar el desempeño de las funciones que la ley confiere a la Procuraduría Federal del Consumidor y hacer cumplir las determinaciones que dicta en sus actuaciones. Por otra
---	--	--	--

		competente, para ejecutar el arresto.	parte, el Capítulo XIV titulado "Sanciones", de la ley mencionada, específicamente en sus artículos 125 a 128, establece los preceptos que contienen las disposiciones jurídicas cuyo incumplimiento origina una infracción a la ley y, el artículo 132 del propio ordenamiento señala los elementos que deben tomarse en cuenta para individualizar las sanciones previstas como infracción en ese capítulo. Ahora bien, de la interpretación sistemática de los anteriores preceptos, se concluye que el aludido artículo 132, al estar ubicado en el capítulo referido, únicamente resulta aplicable para individualizar el monto de las sanciones a imponer por actualizarse alguno de los supuestos previstos en el citado capítulo XIV, porque para cuantificarlas debe tomarse en cuenta el perjuicio causado al consumidor o a la sociedad en general y la intención de producirlo; elementos que no guardan relación con la finalidad coercitiva de la medida de apremio a que se refiere el mencionado artículo 25, fracción II. En cambio, los artículos 8, 9, 12 y 13 del Reglamento del ordenamiento legal a que se hizo referencia, precisan que la multa como medida de apremio debe graduarse con base en la capacidad y condición económica del proveedor, así como en la gravedad
--	--	---------------------------------------	--

		de la conducta u omisión que la originó, por lo que la fijación de su monto debe realizarse conforme a estos últimos preceptos. Asimismo, para mayor abundamiento y referencia, se cita otro criterio emitido por la SCJN, aplicable por asimilación: MEDIOS DE APREMIO. SU FINALIDAD CONSISTE EN HACER CUMPLIR LAS DETERMINACIONES DE LA AUTORIDAD JUDICIAL. De conformidad con lo dispuesto por el artículo 73 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, debe destacarse que los medios de apremio que regula dicho numeral, tienen como finalidad conseguir el cumplimiento de las determinaciones que dicten los Jueces, obligando a las personas a través de tales medios a que los acaten; pero para ello se requiere en primer lugar que se dé la existencia previa del apercibimiento respectivo; en segundo término que conste en forma indubitable que a quien se pretenda imponer la medida correspondiente, conozca a qué se expone en caso de desacato o resistencia a lo que ordena la autoridad judicial; y, en tercer lugar, que la persona a quien se imponga la sanción, sea la que efectivamente se haya
--	--	--

		opuesto a la diligencia u orden de que se trate y no persona distinta. Cabe destacar que las medidas de apremio se encuentran reguladas en diversos ordenamientos estatales y federales, cuyo objeto es que los juzgadores puedan hacer efectivas sus determinaciones, que incluyen, además de la imposición de penas económicas, la aplicación de arrestos administrativos. Al respecto los tribunales federales han sostenido que el arresto como medida de apremio, no constituye una violación a los derechos contenidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. En este sentido, el arresto administrativo como medida de apremio, proviene del incumplimiento a un mandato judicial, mas no de determinaciones de carácter penal. En todo caso, se ha establecido que la privación de la libertad como medida de apremio solo puede considerarse inconstitucional cuando exceda las 36 horas contempladas en el artículo 21 Constitucional. Época: Novena Época Registro: 196520 Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Tipo de Tesis: Jurisprudencia Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta
--	--	---

		Tomo VII, abril de 1998 Materia(s): Civil, Común Tesis: VII.1o. C. J/7 Página: 594 ARRESTO COMO MEDIDA DE APREMIO. NO ES VIOLATORIO DE LOS ARTÍCULOS 17, 21 Y 22 CONSTITUCIONALES . El arresto como medida de apremio de la que disponen los Jueces para hacer cumplir sus determinaciones no tiene el carácter de pena, ni es de naturaleza penal, por no provenir de un procedimiento instaurado con motivo de la comisión de un delito, por lo que no conculca el artículo 17 de nuestra Carta Magna, en cuanto este precepto establece que nadie puede ser aprisionado por deudas de carácter puramente civil, pues el artículo 53 del Código de Procedimientos Civiles del Estado de Veracruz confiere al juzgador la facultad de emplear ese medio coercitivo, entre otros; tampoco infringe el artículo 21 constitucional, ya que dicha medida tiene por objeto compeler a las partes a que acaten una decisión judicial; igualmente, no constituye un peligro de privación de la vida, deportación o destierro, ni se encuentra considerado dentro de los actos prohibidos por el artículo 22 de la Constitución Federal, dado que tal medida no está encaminada a ello.
--	--	--

			En conclusión, el arresto administrativo puede ser impuesto a los proveedores que impidan llevar a cabo los actos ordenados por la Procuraduría con motivo del ejercicio de sus atribuciones, mismo que no podrá exceder de 36 horas, sin que la misma medida de apremio se limite a ser impuesta únicamente en aquellos casos en que se ponga en riesgo la integridad o la vida de los servidores públicos, pues como se ha venido manifestando a lo largo de la preste justificación normativa, tiene como finalidad hacer efectivas las determinaciones emitidas por esta Procuraduría.
Señalaron cuidar la redacción de este artículo, para el caso de que el consumidor, aún y cuando exista un etiquetado o manual de uso que advierta sobre los peligros de utilizar un producto, si no se siguen las instrucciones señaladas, no debería emitirse una alerta en esos casos, al tratarse de un descuido del consumidor y no a causa del producto.	Artículo 15.- Las medidas precautorias no podrán imponerse cuando existan manuales, etiquetados y advertencias de los productos, y no obstante ellas medien la inobservancia del consumidor.	Artículo 16.- La Procuraduría podrá imponer medidas precautorias con motivo del incumplimiento de las disposiciones de la Ley o de las normas oficiales mexicanas aplicables, en términos del artículo 25 BIS de la Ley. El acuerdo o el acta correspondiente en el que se imponga la medida precautoria deberá indicar la o las disposiciones que se consideren violadas o infringidas por el proveedor y los demás elementos pertinentes. Artículo 17.- Las medidas precautorias se aplicarán conforme a los criterios que expida el Procurador mediante Acuerdo, el cual deberá publicarse en el Diario Oficial de la Federación. Los criterios deberán contener, al menos, lo siguiente:	Sin cambios.

		I. La descripción de los supuestos generales conforme a los cuales se aplicará cada una de las medidas precautorias; II. Los elementos necesarios para circunstanciar en el acta la imposición de la medida dentro del procedimiento correspondiente; III. En lo relativo a los sellos de inmovilización o a los sellos e información de advertencia, la descripción de dichos sellos, y IV. Los requisitos para el levantamiento de las medidas precautorias impuestas, en los casos en que proceda.	
Solicitaron cambiar la palabra “podrá” por “deberá”, bajo las siguientes consideraciones: 1. Profeco cuenta con elementos, información y soporte de fuentes técnicas y/o especialistas en la materia. 2. Una resolución objetiva y acorde a la naturaleza y condiciones. Propusieron que la Procuraduría se allegue de información de fuentes especializadas considerando a la industria, para poder tomar una acción informada. Señalaron también que la autoridad debe considerar que, en todos los supuestos, existe una corresponsabilidad de proveedor–consumidor, donde en caso de probarse, el consumidor puede ser no solo el afectado, sino el responsable de dicha afectación.	Artículo 17.- Se entiende que un bien, producto o servicio afecta o puede afectar la vida, la salud o la seguridad de las personas, cuando su consumo interrumpa o pueda interrumpir la vida, o ponga o pueda poner en riesgo la continuidad de la misma, o suspenda o pueda suspender el buen funcionamiento del organismo humano, bien sea por sus características corrosivas, reactivas, explosivas, tóxicas, inflamables, radiactivas o biológico-infecciosas. No obstante, lo anterior, no se considerará que un producto o servicio ponga en riesgo la vida de los consumidores cuando en las etiquetas o manuales medien advertencias sobre su uso. Tratándose de la medida precautoria establecida en el artículo 25 BIS, fracción VII de la Ley, considerando la especialidad del producto de que se trate, la	Artículo 18.- Se entiende que un bien, producto o servicio afecta o puede afectar la vida, la salud o la seguridad de las personas, cuando su consumo interrumpa o pueda interrumpir la vida, o ponga o pueda poner en riesgo la continuidad de la misma, o suspenda o pueda suspender el buen funcionamiento del organismo humano, bien sea por sus características corrosivas, reactivas, explosivas, tóxicas, inflamables, radiactivas o biológico-infecciosas, o porque implique el uso de mecanismos, instrumentos o aparatos peligrosos en sí mismos por la velocidad que desarrollen, por la energía que conduzcan o por otras causas análogas. Tratándose de la medida precautoria establecida en el artículo 25 BIS, fracción VII de la Ley, considerando la	Se adiciona un segundo párrafo al artículo 18, para dar sustento al contenido de los artículos 24 fracción XXIII y 25 BIS fracción VII de la LFPC, de acuerdo con las nuevas atribuciones que se le dan a PROFECO, relativas a la emisión de alertas y llamados a revisión, ahora bien, por lo que corresponde a esta última medida precautoria, se precisa que la información que proporcionen los proveedores aportará los elementos para determinar el llamado a revisión.

	Procuraduría, solicitará previamente información, documentación y demás elementos necesarios a diferentes autoridades nacionales e internacionales, siempre y cuando se trate de productos comercializados en México y, a su vez, se trate de productos iguales incluyendo sus características y contenido, así como al proveedor y al sector de la industria competente para resolver la procedencia de la misma.	producto de que se trate, la Procuraduría, antes de emitir las alertas respectivas a los consumidores, o de ordenar el llamado a revisión de bienes o productos, cuando presenten defecto o daños que ameriten ser corregidos, reparados o reemplazados y los proveedores hayan informado esta circunstancia a la Procuraduría, ésta se asegurará que tales bienes o productos, efectivamente sean defectuosos o dañinos, que pongan en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía del consumidor, a través de los medios de verificación con que cuenta la institución, además de solicitar información, documentación y otros elementos necesarios y a diferentes autoridades nacionales e internacionales, siempre y cuando se trate de productos comercializados en México y, a su vez, se trate de productos iguales en sus características y contenido. En todo caso, la Procuraduría deberá incorporar como propias, las alertas emitidas por otras autoridades respecto de dichos productos.	
Se propuso redacción. Señalaron que no se considera manipulación de precios cuando el incremento sea consecuencia de la variación del precio en la materia prima. También consideraron que las variaciones de precio si pueden ser derivados de un fenómeno natural, por causas no imputables al	Artículo 19.- Se consideran conductas o prácticas comerciales abusivas, además de las previstas en el artículo 25 BIS de la Ley, las siguientes: I. La manipulación de precios y tarifas como consecuencia de fenómenos naturales, meteorológicos;	Artículo 20.- Se consideran conductas o prácticas comerciales abusivas, además de las previstas en el artículo 25 BIS de la Ley, las siguientes: I. La manipulación de precios y tarifas como consecuencia de fenómenos naturales,	Se hace la adición de fracciones al artículo 20, de conformidad con la reforma realizada al artículo 25 BIS segundo párrafo de la LFPC, publicada en el DOF el 11-01-18, que establece dicho supuesto como conducta o práctica comercial abusiva.

comercializador final, ya que pueden derivarse de los costos de los insumos para realizar o comercializar el producto. La negativa de trato, puede ser una estrategia comercial, sobre todo de agentes que empiezan a crecer en el comercio, está prohibido en términos de la Ley Federal de Competencia Económica, cuando se reúnen ciertos requisitos (poder sustancial en el mercado relevante), ya que los mismos, protegen el libre mercado de abusos que solo dan cuando se reúnen dichos requisitos.	II. La realización de actos sin consentimiento previo y expreso del consumidor, cuando así lo exija la Ley; III. El cobro de cargos no autorizados por el consumidor o que no se deriven del contrato correspondiente; IV. La falta de exhibición de precios o tarifas en términos de lo previsto por la Ley; V. La falta de entrega de comprobantes de las operaciones realizadas, por parte del proveedor; VI. La negativa del proveedor de vender bienes, productos o servicios de consumo generalizado en términos de la Ley Federal de Competencia Económica; VII. La negativa del proveedor de entregar al consumidor un bien o producto, o de prestarle un servicio, después de que éste hubiere pagado por ellos, y VIII. Las demás que violen los derechos que la Ley otorga a los consumidores en virtud de su realización de manera engañosa, excesiva, arbitraria o indebida.	meteorológicos o contingencias sanitarias; II. La realización de actos sin consentimiento previo y expreso del consumidor, cuando así lo exija la Ley; III. El cobro de cargos no autorizados por el consumidor o que no se deriven del contrato correspondiente; IV. La falta de exhibición de precios o tarifas en términos de lo previsto por la Ley; V. La falta de entrega de comprobantes de las operaciones realizadas, por parte del proveedor; VI. La negativa del proveedor de vender bienes, productos o servicios de consumo generalizado; VII. La negativa del proveedor de entregar al consumidor un bien o producto, o de prestarle un servicio, después de que éste hubiere pagado por ellos, y VIII. Las demás que violen los derechos que la Ley otorga a los consumidores en virtud de su realización de manera engañosa, excesiva, arbitraria o indebida.	
---	---	---	--

COMENTARIOS Y
PROPUESTAS DE LA
ASOCIACIÓN MEXICANA
DE LA INDUSTRIA
AUTOMOTRIZ A.C. (AMIA)
AL DECRETO POR EL
QUE SE REFORMAN,
ADICIONAN Y DEROGAN
DIVERSAS
DISPOSICIONES DEL
REGLAMENTO DE LA
LEY FEDERAL DE
PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR

ANTEPROYECTO DEL
REGLAMENTO DE LA LEY
FEDERAL DE PROTECCIÓN
AL CONSUMIDOR

JUSTIFICACIÓN NORMATIVA

Es importante contar con definiciones claras, sencillas y precisas que permitan distinguir las figuras de “alertas” y “llamados a revisión”, así como el alcance que tiene cada una; en el entendido que una “alerta” son todos aquellos comunicados emitidos por la Procuraduría, dirigidos al consumidor, mediante los cuales se dan a conocer productos, bienes o servicios que ponen en riesgo la vida, salud, seguridad o economía de estos; mientras que un “llamado a revisión” se debe definir como las acciones de campo que los proveedores deben realizar a bienes y productos determinados con el objeto de evitar potenciales fallas que pongan en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía del consumidor. El objeto que persigue la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) es procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y para ello es fundamental establecer reglas precisas que resulten aplicables a cada una de la figuras antes señaladas para el desahogo de los procedimientos previos, que permitan a la autoridad determinar una advertencia o una situación real y concreta que requiera un proceso de atención, y que redunden en una absoluta certidumbre jurídica para los proveedores y en la protección de los bienes jurídicamente tutelados de los consumidores, a saber: su vida, su integridad física y su economía. Asimismo, la definición de “vehículo nuevo” que se encuentra incluida en el Anteproyecto que nos ocupa, no es acorde con la definición que contenida en la NOM-160-SCFI-2014 vigente. No obstante lo anterior, se cuestiona la inclusión de dicho concepto, en virtud de	Artículo 2.- Además de las definiciones referidas en el artículo 2 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para los efectos de este Reglamento se entiende por Ley, a la Ley Federal de Protección al Consumidor. Cuando se haga referencia a productos se entenderá respecto a bienes muebles. Para los efectos del artículo 92, cuarto párrafo de la Ley, se entenderá por bien o producto nuevo aquél que sea de primer uso. En el caso de un vehículo nuevo, éste se entenderá como el automotor de procedencia nacional o extranjera, destinado al transporte terrestre de personas o bienes que el proveedor comercializa por primera vez, con no más de 1,000 kilómetros recorridos y sea del año modelo en curso o siguiente. En la reclamación de vehículo nuevo, se tomará en cuenta el plazo y supuestos previstos en el artículo 105, fracción I de la Ley. Artículo 18.- Se entiende que un bien, producto o servicio afecta o puede afectar la vida, la salud o la seguridad de las personas, cuando su consumo interrumpa o pueda interrumpir la vida, o ponga o pueda poner en riesgo la continuidad de la misma, o suspenda o pueda suspender el buen funcionamiento del organismo humano, bien sea por sus características corrosivas, reactivas, explosivas, tóxicas, inflamables, radiactivas o biológico-infecciosas, o porque implique el uso de mecanismos, instrumentos o aparatos peligrosos en sí mismos por la velocidad que desarrollen, por la energía que conduzcan o por otras causas análogas. Tratándose de la medida precautoria establecida en el artículo 25 BIS, fracción VII de la Ley, considerando la especialidad del producto de que se trate, la Procuraduría, antes de emitir las alertas respectivas a los consumidores, o de ordenar el llamado a revisión de bienes o productos, cuando presenten defecto o daños que ameriten ser corregidos, reparados o reemplazados y los proveedores hayan informado esta	Artículo 2.- Se agrega un cuarto párrafo al artículo 2, en el que se especifica en qué caso se considerarán vehículos nuevos. La definición de vehículo nuevo que se consigna en este artículo propuesto se toma de la Norma Oficial Mexicana NOM-160-SCFI-2014, Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización de vehículos nuevos, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 02-09-2014. Artículo 18.- Se adiciona un segundo párrafo al artículo 18, para dar sustento al contenido de los artículos 24 fracción XXIII y 25 BIS fracción VII de la LFPC, de acuerdo con las nuevas atribuciones que se le dan a PROFECO, relativas a la emisión de alertas y llamados a revisión, ahora bien, por lo que corresponde a esta última medida precautoria, se precisa que la información que proporcionen los proveedores aportará los elementos para determinar el llamado a revisión. Artículo 71.- Se crea un nuevo artículo, en el que se señala qué se entenderá por alerta, de conformidad con los artículos 24 fracción XXIII y 25 BIS fracción VII de la LFPC, relativo a las nuevas atribuciones que se le dan a PROFECO mediante reforma publicada en el DOF el 11-01-18, en materia de la emisión de alertas y llamados a revisión Artículo 72.- Se crea un nuevo artículo, en el que se señala qué se entenderá por llamado a revisión, de conformidad con los artículos 24 fracción XXIII y 25 BIS fracción VII de la LFPC, relativo a las nuevas atribuciones que se le dan a PROFECO mediante reforma publicada en el DOF el 11-01-18, en materia de la emisión de alertas y llamados a revisión. En caso de detectarse irregularidades en las características y calidad de los bienes, productos o servicios que se ofrecen en el mercado, esta Procuraduría puede publicar a través de cualquier medio, los productos y servicios que con
---	--	--

que, si bien este Anteproyecto pretende incluir una definición para vehículo nuevo, la Ley en la materia no contempla ni regula particularmente dicho concepto, máxime que ambos ordenamientos no establecen definiciones específicas en ningún sector, sino conceptos genéricos como lo son “productos, bienes o servicios”, que tampoco han sido distinguidos en concepto ni alcance.	circunstancia a la Procuraduría, ésta se asegurará que tales bienes o productos, efectivamente sean defectuosos o dañinos, que pongan en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía del consumidor, a través de los medios de verificación con que cuenta la institución, además de solicitar información, documentación y otros elementos necesarios y a diferentes autoridades nacionales e internacionales, siempre y cuando se trate de productos comercializados en México y, a su vez, se trate de productos iguales en sus características y contenido. En todo caso, la Procuraduría deberá incorporar como propias, las alertas emitidas por otras autoridades respecto de dichos productos. Artículo 71.- Se entenderá por alerta, el aviso o advertencia dirigida a la población consumidora en general, difundida a través de cualquier medio de comunicación, relativa a la comercialización de productos, bienes y servicios, defectuosos, dañinos o que pueden poner en peligro la vida, la salud, la seguridad o la economía del consumidor. Artículo 72.- El llamado a revisión es la comunicación, difundida por cualquier medio de comunicación, a través de la cual se informa al consumidor la existencia de bienes, productos o servicios defectuosos, dañinos o que puedan poner en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía de los consumidores, emitida con la finalidad de que se revise, repare y, en su caso, reemplace aquel bien, producto o servicio que genere los riesgos antes señalados, derivada de la información que de esa circunstancia proporcionen a la Procuraduría los proveedores. Artículo 73.- Si después de analizar los elementos a que se refiere el artículo 70 del presente Reglamento, la Procuraduría determina que el bien, producto o servicio resulta defectuoso, dañino o riesgoso para la vida, salud, seguridad o economía del consumidor, procederá a hacerlo del conocimiento del proveedor para que, dentro del plazo de tres días hábiles, contados a partir de la notificación,	motivo de sus verificaciones y los demás procedimientos previstos por la Ley, sean detectados como riesgosos o en incumplimiento a las disposiciones jurídicas aplicables, pudiendo además emitir alertas a los consumidores y dar a conocer a otras autoridades sobre productos defectuosos o dañinos que pongan en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía del consumidor. Artículo 73.- Se adiciona un nuevo artículo, en el que se establece el derecho de audiencia de los proveedores, de conformidad con el artículo 14 Constitucional, para manifestarse respecto de las precisiones que determine esta Procuraduría en relación con la emisión de la alerta o llamado a revisión. La información que proporcionen los proveedores evitará dejarlos en estado de indefensión, permitiendo que los mismos aporten aportará los elementos para determinar la emisión o no de la alerta. que consideren suficientes, previo a la emisión de la alerta o llamado a revisión, pues de lo contrario, se estaría ante la posibilidad de que se decle nulo el acto administrativo por no cumplir con las formalidades esenciales del procedimiento. Época: Novena Época Registro: 200234 Instancia: Pleno Tipo de Tesis: Jurisprudencia Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo II, Diciembre de 1995 Materia(s): Constitucional, Común Tesis: P./J. 47/95 Página: 133 FORMALIDADES ESENCIALES DEL PROCEDIMIENTO. SON LAS QUE GARANTIZAN UNA ADECUADA Y OPORTUNA DEFENSA PREVIA AL ACTO PRIVATIVO. La garantía de audiencia establecida por el artículo 14 constitucional consiste en otorgar al gobernado la oportunidad de defensa previamente al acto privativo de la vida, libertad, propiedad, posesiones o derechos, y su debido respeto impone a las
--	---	---

	exhiba los documentos y manifieste los razonamientos que considere pertinentes. Una vez analizada la documentación proporcionada por el proveedor, la Procuraduría emitirá en un plazo máximo de tres días hábiles la resolución correspondiente, la cual notificará al proveedor y, en su caso, ordenará la emisión de la alerta o llamado a revisión de manera inmediata. Cuando se determine fehacientemente que los bienes, productos o servicios ponen en riesgo la vida, salud, seguridad o economía del consumidor, la Procuraduría ordenará al proveedor su retiro del mercado o, en su caso, la destrucción de los mismos, a fin de evitar que sean comercializados, de conformidad con el artículo 24, fracciones XXIV y XXV de la Ley. Al mismo tiempo, ordenará al proveedor su sustitución o reparación de los mismos o la devolución de la cantidad pagada por ellos en favor del consumidor, de conformidad con el artículo 92 de la Ley. Para este último caso, el proveedor tendrá la obligación de entregar a la Procuraduría el proceso y cronograma conforme al cual se llevará a cabo la reparación, acreditando técnicamente su reacondicionamiento, mismo que podrá ser evaluado mediante pruebas de laboratorio. Artículo 74.- Las alertas o llamados a revisión que se emitan deberán contener al menos los siguientes elementos: I. Nombre del bien, producto o servicio; II. Descripción del bien, producto o servicio; III. Lugar y medio en que se comercializa el bien, producto o servicio; IV. Fecha de emisión; V. Autoridad que la emite y datos para su contacto; VI. Fundamentos jurídicos, así como los hechos y razones que originaron su emisión, y VII. Recomendación para los consumidores.	autoridades, entre otras obligaciones, la de que en el juicio que se siga "se cumplan las formalidades esenciales del procedimiento". Estas son las que resultan necesarias para garantizar la defensa adecuada antes del acto de privación y que, de manera genérica, se traducen en los siguientes requisitos: 1) La notificación del inicio del procedimiento y sus consecuencias; 2) La oportunidad de ofrecer y desahogar las pruebas en que se finque la defensa; 3) La oportunidad de alegar; y 4) El dictado de una resolución que dirima las cuestiones debatidas. De no respetarse estos requisitos, se dejaría de cumplir con el fin de la garantía de audiencia, que es evitar la indefensión del afectado. En conclusión, lo único que se pretende es garantizar el derecho de audiencia del afectado, que en el caso concreto es el proveedor. Artículo 74.- Se crea un nuevo artículo, en el que se prevén los mínimos legales que deben contener las alertas o llamados a revisión. Artículo 75.- Se crea un nuevo artículo, en el que se precisa que las medidas precautorias deberán levantarse por la PROFECO cuando cesen las causas que las originaron.
--	--	--

	Además de los elementos señalados, para el caso de los llamados a revisión, éstos también deberán llevar los datos del etiquetado del producto y el número total de productos afectados. Artículo 75.- Una vez que se haya acreditado ante la Procuraduría, que cesó la causa que originó la emisión del llamado a revisión o la emisión de la alerta, se procederá al levantamiento de tales medidas, así como de las demás impuestas.	
La figura del arresto administrativo, adquiere un nuevo alcance derivado de la reforma a la Ley de PROFECO publicada el pasado 11 de enero de 2018, ya que es considerada como medida de apremio y se aplicará en función de la gravedad de la conducta conforme al artículo 128 TER de la Ley de PROFECO, en este sentido es necesario reconsiderar los supuestos mediante los cuales procede el arresto administrativo previstos en el artículo 14 BIS del Anteproyecto de reglamento en comento, ya que fracciones como la II y IV de dicho artículo están fuera del ámbito de aplicación de la Ley, al contener disposiciones que implican violaciones a los principios de subordinación jerárquica, la facultad reglamentaria del Ejecutivo y de reserva de Ley.	Artículo 15.- El arresto administrativo hasta por treinta y seis horas previsto en la fracción III del artículo 25 de la Ley, se llevará a cabo cuando: I. En más de una ocasión el proveedor no haya dado cumplimiento a lo ordenado por la Procuraduría; II. Se realicen acciones violentas que impidan llevar a cabo los actos ordenados por la Procuraduría, que pongan en riesgo la integridad física o seguridad personal de los servidores públicos encargados de realizarlos o de cualquiera otra persona que intervenga en la diligencia correspondiente, a juicio de la autoridad emisora del acto; III. El proveedor no comparezca o no desahogue algún requerimiento de información que por escrito solicite la Procuraduría, o documentación, relacionada con bienes, productos o servicios que afectan o puedan afectar la vida, salud, seguridad o economía del consumidor; IV. El proveedor desacate la orden de suspensión de información o publicidad a que se refiere el artículo 35, fracción I de la Ley, sin que medie causa justificada acreditada ante la Procuraduría, y V. Se obstaculicen o impidan las acciones de verificación de conformidad con el artículo 13 de la Ley, así como el procedimiento administrativo de ejecución que ordene la Procuraduría. En tales casos, deberá solicitarse apoyo a la autoridad de seguridad	Artículo 15.- Se propone la creación de un nuevo artículo 15, mismo que reglamenta la fracción III del artículo 25 de la LFPC, derivado de su reforma publicada en el DOF el 11-01-18. Lo anterior, a efecto de establecer (a través de las subsecuentes fracciones) los supuestos en los que aplicará el arresto administrativo.

	pública local o federal competente, para ejecutar el arresto.	
Respecto a las figuras de alertas y llamado a revisión en su parte procedimental prevista en el proyecto de reglamento, solicitamos que sean reconsiderados los términos y condiciones mediante los cuales son expresados dichos procedimientos, ya que deben adecuarse al contexto de los principios básicos en las relaciones de consumo, así como principios constitucionales básicos como el derecho de audiencia, porque como se proponen se podría advertir que la facultad que le permite a la PROFECO emitir alertas y ordenar llamados a revisión vulnera el objeto que persigue la Procuraduría, pudiendo derivar en un detrimento patrimonial tanto para el consumidor, como para el proveedor al tratarse de aseveraciones infundadas, por ejemplo: el ordenar un llamado a revisión a productos que por sus características no fueron comercializados en la República Mexicana, lo cual podría confundir al consumidor y generarle un detrimento en su tiempo y patrimonio, ya que la información veraz y concreta no fue solicitada con antelación al fabricante, proveedor o importador. Lo anterior cobra mayor relevancia si se toma en consideración que el objeto de la Ley Federal de Protección al Consumidor es, entre otros, el proporcionar a este los medios y la protección legal necesaria para propiciar el mejor cuidado de sus intereses, con base en los principios establecidos en el artículo 1 de dicha Ley, dentro de los cuales destacan (i) la divulgación de información completa y veraz para un consumo adecuado; y (ii) la efectiva prevención y reparación de los daños patrimoniales y/o morales individuales o colectivos, cuestión que como se	Artículo 70.- La Procuraduría en ejercicio de las atribuciones que le confieren los artículos 24, fracción XXIII y 25 BIS, fracción VII de la Ley, podrá emitir alertas dirigidas a los consumidores y dar a conocer las de otras autoridades o agencias, así como ordenar y difundir llamados a revisión dirigidos a proveedores, a través de cualquier medio, respecto de los productos o prácticas en el abastecimiento de bienes, productos o servicios defectuosos, dañinos o que pongan en riesgo la vida, salud, seguridad o economía de los consumidores. Los llamados a revisión se realizarán respecto de bienes o productos, cuando presenten defecto o daño que ameriten ser corregidos, reparados o reemplazados, y los proveedores hayan informado previamente esta circunstancia a la Procuraduría. La determinación de la procedencia de las alertas o llamados a revisión, se efectuará con base en alguno de los siguientes elementos: I. Cuando exista notificación voluntaria e inmediata por parte de los proveedores a la Procuraduría, al detectar que los productos afectan o pueden afectar la vida, seguridad o economía de los consumidores, debiendo aportar las características físicas y técnicas del producto, así como imágenes para la identificación clara e indubitable del bien, producto o servicio reportado sobre el que se emitirá el llamado a revisión. Asimismo, el proveedor deberá informar a la Procuraduría las medidas adicionales que adoptará para hacer del conocimiento del consumidor la situación a que se refiere el párrafo anterior, así como los medios de contacto y atención al consumidor y el procedimiento a seguir para la reparación o sustitución total o parcial del producto, bien o servicio con las mismas o similares características, además de la bonificación o compensación a la que tiene derecho el consumidor de conformidad con los artículos 92, 92 BIS y 92 TER de la Ley;	Artículo 70.- Se crea un nuevo artículo, en concordancia con los artículos 24 fracción XXIII y 25 BIS fracción VII de la LFPC, referidos a las nuevas atribuciones que se le dan a PROFECO mediante reforma publicada en el DOF el 11-01-18, en materia de la emisión de alertas y llamados a revisión. Los supuestos para la reposición del producto o la devolución de la cantidad pagada o en su caso para la bonificación que corresponda ya se encuentran establecidos en los artículos 92, 92 Bis y 92 Ter LFPC. Cabe precisar que independientemente de la reposición del producto (artículo 92 LFPC), los consumidores tienen derecho a una bonificación por el simple incumplimiento del proveedor (artículo 92 BIS), por lo cual no son disposiciones incompatibles, sino complementarias previstas en la propia LFPC. De conformidad con el artículo 24 fracción VII de la LFPC, la Profeco tiene como atribución realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor. Por lo que se establece dicha atribución para realizar el análisis de productos con el objeto de dictaminar técnicamente lo conducente respecto al cumplimiento de la Ley, de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, de las normas oficiales mexicanas y demás normatividad aplicable. Lo anterior para dar cumplimiento a las atribuciones conferidas a esta Procuraduría reconocidas en el artículo 24 fracción XXIII y 25 BIS fracción VII, pues en caso de detectarse irregularidades en las características y calidad de los bienes, productos o servicios que se ofrecen en el mercado, esta Procuraduría puede publicar a través de cualquier medio, los productos y servicios que con motivo de sus verificaciones y los demás

mencionó con anterioridad, resulta contradictorio con la reciente reforma a esta Ley.	II. En razón de la verificación o monitoreo, así como de las investigaciones, estudios y análisis de carácter técnico-científico realizados por la Procuraduría, sobre las características y calidad de los bienes, productos o servicios que se ofrecen en el mercado, con objeto de dictaminar técnicamente lo conducente respecto al cumplimiento de la Ley, de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, de las normas oficiales mexicanas y demás normatividad aplicable, de los que se desprendan un incumplimiento sobre las especificaciones de seguridad o elementos que pongan en riesgo la vida, salud, seguridad o economía de los consumidores; III. Derivado de dictámenes emitidos por peritos o laboratorios acreditados, respecto de bienes, productos o servicios que, por su costo, precio, dimensiones, proceso de traslado y términos de la garantía, hayan sido objeto de un análisis especializado, determinado por la Procuraduría, al no contar con los elementos o herramientas necesarios para llevarlo a cabo por sí misma; IV. A consecuencia de alertas emitidas por otras autoridades nacionales o extranjeras sobre riesgos identificados en productos de consumo, respecto de bienes o productos que se comercialicen en territorio nacional, iguales o similares sobre de los cuales emitió la alerta la autoridad extranjera; V. Cuando exista algún antecedente derivado de la información relativa a bienes, productos o servicios que afectan o puedan afectar la vida, salud, seguridad o economía del consumidor proporcionada por otras autoridades, agencias de protección al consumidor, proveedores o a través de sus cámaras o asociaciones, fabricantes, o los consumidores, o del ejercicio de las atribuciones de esta Procuraduría; VI. Derivado de los requerimientos de información a los proveedores, que efectúe la Procuraduría cuando advierta incumplimiento relativo a las especificaciones de seguridad en	procedimientos previstos por la Ley, sean detectados como riesgosos o en incumplimiento a las disposiciones jurídicas aplicables, pudiendo además emitir alertas a los consumidores y dar a conocer a otras autoridades sobre productos defectuosos o dañinos que pongan en riesgo la vida, la salud, la seguridad o la economía del consumidor. Se especifica que los bienes o productos respecto de los cuales se emita una alerta en el extranjero, deben ser los mismos que se comercialicen en el territorio nacional, para que sea procedente emitir la alerta en el mismo. Ahora bien, conforme al artículo 3, fracción X-A de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, una Norma o lineamiento internacional, es aquel lineamiento o documento normativo que emite un organismo internacional de normalización u otro organismo internacional relacionado con la materia, reconocido por el gobierno mexicano en los términos del derecho internacional, por lo cual si un bien producto se encuentra sujeto a una norma internacional reconocida y aceptada por nuestro país, además de cumplir con las especificaciones de las Normas Oficiales Mexicanas, debe cumplir con las especificaciones contenidas en la normas internacionales y por ende, pueden emitirse alertas respecto de los productos cuyas especificaciones se establezcan en la norma internacional y se comercialicen en nuestro país.
--	---	---

	bienes, productos y servicios que se oferten en el mercado o cuando éstos tienen elementos que pongan en riesgo la vida, salud, seguridad o economía de los consumidores. La información proporcionada por los proveedores deberá estar acreditada de manera documental, respecto de la cual, la Procuraduría ordenará las diligencias y actuaciones que estime conducentes para comprobar su veracidad, de acuerdo a lo establecido en la Ley, y VII. Cuando se afecte la vida, salud, seguridad o economía de los consumidores, en los casos siguientes: a) Por el incumplimiento de una oferta o promoción; b) Como resultado de una información o publicidad engañosa o abusiva; c) Como consecuencia de conductas o prácticas comerciales abusivas, o d) Derivado de conductas discriminatorias o ilícitas en perjuicio de los consumidores.	
Finalmente, la reposición del bien debe categorizarse bajo la premisa de una situación real y concreta, en donde se considere el dictamen emitido por el especialista que el fabricante, proveedor o importador haya señalado en su caso, porque en todos los productos la garantía tiene una cobertura que permite amparar piezas y refacciones que al ser manipuladas por un tercero pueden propiciar la anulación de la garantía. En efecto, el reemplazo de un bien, solo debe ser mediante la acreditación de su necesidad, es decir, solo en caso de que se demuestre que el mismo no puede ser reparado y/o compensado de manera económica. Además es importante que para que se pueda determinar la reposición de un vehículo, se deben de establecer mayores requisitos, como que el producto haya sido reparado		

por el fabricante, productor o importador dentro del periodo de garantía por lo menos en cinco ocasiones (y no dos como se señala en el Anteproyecto), además de que se debiera de especificar que esas reparaciones sean sobre la misma pieza, de lo contrario estas imprecisiones resultarían en perjuicio de los derechos de los consumidores, en virtud de la falta de disponibilidad de inventario existente para la sustitución de un bien o producto por uno nuevo, por la insuficiencia o escasez para la fabricación de los mismos, o bien, para el elevado costo e implicaciones materiales que supondría el que estos últimos mantuvieran un inventario con bienes o productos que ya no son ofertados a los consumidores, con lo cual el impacto en el mercado y en la economía podrían resultar en un costo social mucho más elevado, en última instancia, en perjuicio del propio consumidor.		
---	--	--

COMENTARIOS DE LA CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS COSMÉTICOS (CANICEP) Y ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR CON RESPECTO AL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	PROPUESTA DEL CANICEP CON RESPECTO AL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	ANTEPROYECTO DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	JUSTIFICACIÓN NORMATIVA
Entendemos su preocupación acerca de las áreas de oportunidad que han encontrado por parte	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	Artículo 25.- Para efectos de lo dispuesto por el cuarto párrafo del artículo 32 de la Ley, se entiende por evidencia	La adición se realizó con fundamento en la LFPC, que preceptúa en su

de algunas empresas anunciantes, así como de algunas sociedades, asociaciones y profesionales independientes otorgando esas 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 solo 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 la redacción actual cierra demasiado la documentación que se debe presentar, exigiendo pruebas que, en algunos casos, resulta imposible proveer pues a veces no solo de un tipo o en ocasiones es la combinación de diversas pruebas.	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.	científica, objetiva y fehaciente, los estudios técnicos y científicos 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	artículo 32 primer párrafo, que la información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios, debe de ser, entre otras características, veraz y comprobable, con la finalidad de otorgar certeza jurídica al consumidor, por lo que, si se desea acreditar que la información o publicidad puesta a disposición de los consumidores, ha sido avalada, aprobada, recomendada, o certificada por sociedades o asociaciones profesionales, debe contener las características señaladas en el primer párrafo del artículo 32 de la LFPC en relación con el párrafo cuarto del mismo artículo. Los elementos propuestos en las fracciones I a IX del presente artículo, se emiten con fundamento en el párrafo cuarto del artículo 32 de la LFPC, a fin de establecer que la evidencia científica, objetiva y fehaciente debe contemplar la documentación idónea que contenga las pruebas, análisis y estudios con el respaldo técnico y científico practicado, que acrediten las cualidades o
---	---	--	---

Por otro lado, creemos que las descripciones, aseveraciones o ilustraciones realizadas en la Publicidad deberán ser demostrables con los medios que resulten adecuadas para ello y que sean apropiadas para los productos o servicios en cuestión. En el caso de las aseveraciones de beneficios de propiedades de tipo sensorial, requerirán de un estudio de percepción para su comprobación, el cuál sirve para respaldar afirmaciones de índole social o de preferencia, es decir, aspectos que puede ser comprobados por la vista, tacto, oído, olfato o gusto de los consumidores, así como parámetros que éste pueda percibir a preferir. Cualitativos: Para entender las razones y motivación 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, prueba de desempeño del producto en	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 los establecido en los términos del artículo 13 de la Ley.	validadas, confiables o reconocidas nacional o internacionalmente de probada capacidad científica y técnica, así como seguir una metodología científica, con un análisis de resultados, con 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 deberán 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.	propiedades del producto o servicio, para proteger al consumidor.
--	---	--	--

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 a de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el apartado IV en el numeral Quinta, en el cual se expone <i>“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.”</i> De igual forma, en el proyecto de Reglamento se hace mención de que los procedimientos o referencias científicas validada, 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 es el sujeto obligado de cumplimiento por la LFPC. Finalmente, se hace referencia a la traducción y apostillado de documentos los cuales 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.			
	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 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.	Artículo 24.- Para efectos del primer párrafo del artículo 32 de la Ley, el proveedor podrá acreditar la veracidad de la información a través de documentación emitida por organismos nacionales o internacionales de probada capacidad científica y técnica, cuando no existan	Se reubica el artículo 24 para ahora ser el 29.

	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	regulaciones específicas aplicables en el territorio nacional.	
		Artículo 27.- La documentación a que se refieren los artículos 24, 25 y 26 de este Reglamento, deberá presentarse en original o, en su caso, en copia certificada. Tratándose de documentos e información que se encuentre en idioma distinto al español, deberán presentarse apostillados o legalizados, y previamente traducidos al español por perito autorizado, sin perjuicio de lo dispuesto en otras leyes, reglamentos o normatividad aplicable.	Se crea nuevo artículo, para precisar que la documentación a que hacen referencia los artículos que señala, deberán presentarse en original o copia certificada, a fin de brindar certeza y seguridad jurídica. Asimismo, en lo que corresponde a la apostilla, es para dar conformidad con el artículo 3 y 4 de la Convención de la Haya sobre la Apostilla, o en su caso, se da la opción de legalizar el documento, ambas opciones son para facilitar el procedimiento necesario, a elección. Lo anterior con fundamento en el artículo 2, 12, 15-A fracción primera de la LFPA de aplicación supletoria a la LFPC, de acuerdo con sus artículos 96, 97 BIS, 104,

			124 BIS y 135 de esta última. En ese sentido la LFPA contempla las disposiciones generales del procedimiento administrativo, indicando que los trámites deberán presentarse solamente en original y sus anexos, en copia simple, en un tanto. Y en todo caso, si el interesado requiere que se le acuse recibo, deberá adjuntar una copia para ese efecto.
--	--	--	--

21. Indique las propuestas que se incluyeron en la regulación como resultado de las consultas realizadas: *

R= Las propuestas del sector incluidas fueron:

- El concepto de “productos” para homologarlo conforme a ley
- La obligación de los proveedores de informar y exhibir el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que se desee adquirir, mediante documentos, anuncios, sistemas electrónicos, avisos o cualquier otra forma
- El levantamiento de la constancia ante dos testigos en la realización de alguna diligencia
- El señalamiento de que para el caso de la emisión de alertas y llamados a revisión, considerando la especialidad del producto, la Procuraduría solicitará previamente información, documentación y demás elementos necesarios a diferentes autoridades nacionales e internacionales, siempre y cuando se trate de productos comercializados en México.
- La especificación de que se considera una conducta o práctica abusiva, la manipulación de precios o tarifas derivado de fenómenos naturales, meteorológicos o contingencias sanitarias
- Con algunas adecuaciones, la manera en la que el proveedor, para efectos del artículo 32, podrá acreditar la veracidad de la información a través de documentación emitida por organismos nacionales o internacionales cuando no existan regulaciones específicas aplicables en el territorio nacional.
- La sustitución del término “personas” por el de “consumidor

APARTADO VII. ANEXOS

Archivo que contiene la regulación:

- SUBIR ARCHIVO

INFORMACIÓN ADICIONAL

Resumen del Anteproyecto:

R= Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor

Resumen del Anteproyecto

R= Administrative Regulation of the Federal Consumer Protection Law

Palabras clave:

- Cambio
- Dependencia

✓ **Reglamento**

- Regulación
- Otra

R= (Propuesta(s) separadas por comas: Reglamento, de, la, Ley, Federal, de, Protección, al, Consumidor.