

Contacto CONAMER **B000202066-JCRL-LCF**

---

**De:** Miguel Orozco Gomez <morozco@cirt.com.mx>  
**Enviado el:** jueves, 25 de junio de 2020 03:01 p. m.  
**Para:** Julio Cesar Rocha Lopez; Contacto CONAMER  
**CC:** pzamora@cirt.com.mx  
**Asunto:** Opinión de la CIRT sobre Reformas a la LGS  
**Datos adjuntos:** OFICIO COMER.pdf; PODER NOTARIAL MOG.pdf

Buenas Tardes, atendiendo a la consulta que se esta realizando por el proyecto de reformas a la LGS, esta Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, como órgano de consulta y colaboración, nos permitimos presentar a nombre de las más de 1400 estaciones afiliadas de esta Cámara una serie de consideraciones respecto al proyecto en cuestión.

Aprovecho para solicitarle un acuse de recibo y si me puede indicar donde se puede entregar físicamente nuestras consideraciones.

Gracias.



**COMENTARIOS al anteproyecto regulatorio bajo el expediente 02/0027/030620 de la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria relativo al anteproyecto denominado “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas Disposiciones del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad”, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 66, 68 y 73 de la Ley General de Mejora Regulatoria.**

**Miguel Orozco Gómez**, en mi carácter de representante de la **Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)**, personalidad que acredito en los términos del instrumento notarial que en copia certificada se acompaña **Anexo 1**; señalando como domicilio para oír notificaciones el ubicado en las calles de Horacio número 1013, colonia Polanco Reforma, alcaldía de Miguel Hidalgo, código postal 11550, en la Ciudad de México; con correo electrónico en el que se puede recibir cualquier tipo de citación a efecto de atender las diligencias que para la práctica de notificaciones personales deban tener lugar a lo largo de la tramitación de esta instancia, el de morozco@cirt.com.mx; y designando como profesionistas autorizados para oír las notificaciones que lleguen a recaer en este asunto, así como facultados para ofrecer pruebas y formular alegatos, intervenir en las audiencias, interponer recursos o defender los derechos que a la Cámara que represento pudieran corresponder, de manera conjunta o separada, a los licenciados en derecho Reyna Elizabeth López Brito y Juan Pedro Zamora Sánchez, con el debido respeto comparezco y expongo:

En términos de lo dispuesto por el artículo 14, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y los precitados artículos 66, 68, 73 y demás normas aplicables de la Ley General de Mejora Regulatoria, con la personalidad que ostento y atento a la legitimación que asiste a la organización en cuyo nombre acudo ante esa Comisión Nacional de Mejora Regulatoria, comparezco con la finalidad de: atender la Consulta Pública que ha sido hecha con relación al Anteproyecto que se cita al inicio y se señala a lo largo del cuerpo del presente escrito; para expresar comentarios diversos con relación a su contenido; los cuales pido atentamente se tomen en cuenta con la finalidad de que dicho Anteproyecto se reenvíe al Sujeto Obligado a efecto de que se realicen las adecuaciones constitucionalmente procedentes.

En atención al propósito de esta comparecencia, procedo al desarrollo de este escrito en los términos del capítulo de Antecedentes y Valoración correspondiente, en el orden que se desarrolla enseguida:

## **A N T E C E D E N T E S**

**Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión**

Av. Horacio No. 1013, Col. Polanco Reforma, Del. Miguel Hidalgo, C.P. 11550, México, D.F.  
+52 (55) 5726-9909 [http:// www.cirt.com.mx](http://www.cirt.com.mx)

## Sobre la Legitimación de la Compareciente

1. Mi representada es una institución de interés público, autónoma y de duración indefinida, con personalidad jurídica y patrimonio propio, distintos a los de cada uno de sus miembros, sin fines de lucro, que cumple con la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones.

La Dirección General de Comercio e Industria de la Secretaría de Economía Nacional, aprobó la constitución de la Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión en 1941, y en 1970 se transformó en Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, después de modificar su estructura interna y de formalizar la inclusión de los concesionarios de señales televisivas entre sus miembros.

Con la entrada en vigor de la nueva Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones en 2005, la CIRT se constituyó como un órgano de consulta y colaboración de los tres niveles de gobierno.

En 2012, después de un juicio de amparo, el Poder Judicial de la Federación reconoció a la CIRT como órgano de consulta y colaboración del Estado Mexicano en materia de radiodifusión.

2. La Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, a la que la CIRT está sujeta, establece el marco jurídico de su actividad, en el que se destacan las siguientes disposiciones:

**“Artículo 4.- Las Cámaras y sus Confederaciones son instituciones de interés público, autónomas, con personalidad jurídica y patrimonio propio, constituidas conforme a lo dispuesto en esta Ley y para los fines que ella establece.**

Las Cámaras estarán conformadas por Comerciantes o Industriales, según lo dispuesto en las fracciones III y IV del artículo 2; sus Confederaciones estarán conformadas sólo por Cámaras.

**Las Cámaras y sus Confederaciones representan, promueven y defienden nacional e internacionalmente las actividades de la industria, el comercio, los servicios y el turismo y colaboran con el gobierno para lograr el crecimiento socioeconómico**, así como la generación y distribución de la riqueza.

**Son órganos de consulta y colaboración del Estado. El gobierno deberá consultarlas en todos aquellos asuntos vinculados con las actividades que representan.**

La actividad de las Cámaras y sus Confederaciones será la propia de su objeto; no tendrán fines de lucro y se abstendrán de realizar actividades religiosas o partidistas”. (...)

(Énfasis añadido)

“**Artículo 7.-** Las Cámaas tendrán por objeto:

**I. Representar, promover y defender los intereses generales del comercio, los servicios, el turismo o de la industria según corresponda, como actividades generales de la economía nacional anteponiendo el interés público sobre el privado;**

**II. Ser órgano de consulta y de colaboración de los tres niveles de gobierno, para el diseño, divulgación y ejecución de las políticas, programas e instrumentos para el fomento de la actividad económica nacional;**

...

**V. Actuar como mediadoras, árbitros y peritos, nacional e internacionalmente, respecto de actos relacionados con las actividades comerciales, de servicios, de turismo o industriales en términos de la legislación aplicable y la normatividad que para tal efecto se derive de esta Ley;**

...

**XV. Llevar a cabo las demás actividades que se deriven de su naturaleza, de sus Estatutos y las que les señalen otros ordenamientos legales.”**

(Énfasis añadido)

3. El artículo ocho de los Estatutos de la CIRT establece lo siguiente:

“**Artículo 8.-** Integran la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, las personas físicas o morales que tengan otorgada por la Autoridad Federal competente que establezca la Constitución, **concesión para instalar, operar y explotar comercialmente estaciones que radiodifundan servicios de radio y televisión para su recepción por el público en general, así como los concesionarios de nuevas tecnologías de punto a multipunto que actualmente existan y las que en el futuro se establezcan.**”

(Énfasis añadido)

### **Sobre el propósito de la Consulta Pública en materia de Mejora Regulatoria**

4. Los artículos 66 y 68 de la Ley General de Mejora Regulatoria determinan cuál es el objeto que debe atender esa Comisión en el proceso de aprobación de una Propuesta Regulatoria, en el marco del Sistema Nacional de Mejora Regulatoria y de acuerdo con los principios que persigue, todos ellos, desde luego, sujetos al cumplimiento de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Por su trascendencia, ambas disposiciones se transcriben a continuación:

**Art. 66.** El Análisis de Impacto Regulatorio es una herramienta que tiene por objeto garantizar que los beneficios de las Regulaciones sean superiores a sus costos y que éstas representen la mejor alternativa para atender una problemática específica.

La finalidad del Análisis de Impacto Regulatorio es garantizar que las Regulaciones salvaguarden el interés general, considerando los impactos o riesgos de la actividad a regular, así como las condiciones institucionales de los Sujetos Obligados.

El Consejo Nacional aprobará los lineamientos generales para la implementación del Análisis de Impacto Regulatorio, mismos que deberán aplicar las Autoridades de Mejora Regulatoria en la expedición de sus manuales correspondientes. En el ámbito de la Administración Pública Federal, la Comisión Nacional expedirá el Manual de Funcionamiento del Análisis de Impacto Regulatorio. En el ámbito de las entidades federativas y municipios o alcaldías, cada Autoridad de Mejora Regulatoria expedirá el Manual del Análisis de Impacto Regulatorio respetando los lineamientos generales aprobados por el Consejo Nacional.

**Art. 68.** Los procesos de revisión y diseño de las Regulaciones y Propuestas Regulatorias, así como los Análisis de Impacto Regulatorio correspondientes, deberán enfocarse prioritariamente en contar con Regulaciones que cumplan con los siguientes propósitos:

- I. Que generen el máximo beneficio para la sociedad con el menor costo posible;
- II. Que sus impactos resulten proporcionales para el problema que se busca resolver y para los sujetos regulados a los que se aplican;
- III. Que promuevan la coherencia de políticas públicas;
- IV. Que mejoren la coordinación entre poderes y órdenes de gobierno;
- V. Que fortalezcan las condiciones sobre los consumidores y sus derechos, las micro, pequeñas y medianas empresas, la libre competencia y la competencia económica, el comercio exterior y los derechos humanos, entre otros, y
- VI. Que impulsen la atención de situaciones de riesgo mediante herramientas proporcionales a su impacto esperado.

Las Propuestas Regulatorias indicarán necesariamente la o las Regulaciones que pretenden abrogar, derogar o modificar, en términos del artículo 78 de esta Ley.

Lo anterior deberá quedar asentado en el Análisis de Impacto Regulatorio.

**5.** Como habrá de apreciarse a través del análisis y comentarios del Anteproyecto regulatorio objeto de este escrito, la reforma del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, en particular por sus adiciones propuestas, por lo cual debe valorar lo dispuesto en los artículos 1, 5, 6, 16 y 28 de la Constitución Política Mexicana, relacionados con la igualdad; la libertad comercial; la libre expresión y derecho a la información; la seguridad y proporcionalidad jurídica; y la sana competencia en el mercado en materia de radiodifusión.

## **COMENTARIOS SOBRE EL “DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL REGLAMENTO DE CONTROL SANITARIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS Y DEL REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE SALUD EN MATERIA DE PUBLICIDAD”**

El objeto de esta opinión es formular comentarios al proyecto de “**Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y del Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad**” que está en proceso de consulta pública ante la Comisión Nacional Mejora Regulatoria<sup>1</sup>.

La estructura que vamos a seguir para emitir estos comentarios es conforme al siguiente índice:

### **I.- Objeto y Antecedentes relevantes**

- I.1.- Cuál es el origen y justificación legal de las modificaciones reglamentarias
- I.2.- La reforma a la Ley General de Salud en materia etiquetado frontal no abordó ni modificó el régimen legal de la publicidad comercial, exceso en facultad reglamentaria
- I.3.- Las modificaciones a la NOM-051 en materia de etiquetado frontal que sirve de referencia para la modificación reglamentaria tampoco abordan el tema de publicidad de alimentos y bebidas

### **II.- Comentarios sobre el Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad**

- II.1.- La reforma a la Ley General de Salud publicada el 8 de noviembre de 2019 no contiene mandato legal para modificar el régimen reglamentario de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, hay exceso en facultad reglamentaria
- II.2.- La modificación al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad resulta inconstitucional ya que contraviene el principio de subordinación jerárquica de la norma reglamentaria respecto de la norma legal
- II.3.- Alcances y Límites del ejercicio de la facultad reglamentaria en materia de publicidad comercial
- II.4.- No existen disposiciones legales que sustenten las prohibiciones y restricciones reglamentarias que se pretenden imponer en materia de publicidad comercial
- II.5.- Comentarios Particulares al Artículo 24 BIS del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad
- II.6.- Comentarios Particulares al Artículo 24 BIS 1 del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad

<sup>1</sup> <http://187.191.71.192/portales/resumen/49519>

II.7.- Las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad violan la Libertad de Expresión en su faceta comercial y la Libertad de Trabajo del ramo de la publicidad

II.8.- Las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad violan la Libertad de Trabajo y de Comercio

II.9.- Las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad afectan la libre competencia en la Radio y Televisión al imponer nuevas cargas regulatorias a las que no están sujetas otras plataformas de contenidos audiovisuales

### III.- Conclusiones

Expuestos los contenidos a desarrollar en esta opinión, se procede a su puntualización.

## I.- OBJETO Y ANTECEDENTES RELEVANTES

### I.1.- Cuál es el origen y justificación legal de las modificaciones reglamentarias

El proyecto versa sobre modificaciones a dos instrumentos reglamentarios, en específico:

- Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, y
- Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad

Es importante mencionar que dichas modificaciones reglamentarias se realizan en cumplimiento del artículo segundo transitorio del “*Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General de Salud, en materia de sobrepeso, obesidad y de etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas*”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 8 de noviembre de 2019<sup>2</sup>; dicho dispositivo transitorio refiere lo siguiente:

*Segundo. El Ejecutivo Federal realizará las adecuaciones reglamentarias correspondientes, dentro de los 180 días posteriores a la publicación del presente Decreto en el Diario Oficial de la Federación.*

De tal manera, que se debe precisar en forma destacada que **se trata de adecuaciones reglamentarias con motivo de una reforma legal, por lo que el ámbito y alcance de dichas normas reglamentarias debe ceñirse a la materia de las normas legales que le dan origen**, ello con el objeto de que cumplan con el mandato legal y no se extralimiten o aborden contenidos distintos a lo que dispone la Ley, como es el caso.

### I.2.- La reforma a la Ley General de Salud en materia etiquetado frontal no abordó ni modificó el régimen legal de la publicidad comercial

Lo anterior se manifiesta, porque en el caso particular del proyecto de reformas al Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad **no guarda congruencia con el ámbito y materia de las normas legales que pretende reglamentar**, que versa sobre el aspecto del etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas.

<sup>2</sup> [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5578283&fecha=08/11/2019](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5578283&fecha=08/11/2019).

Al respecto se precisa que si se revisa la reforma a la Ley General de Salud publicada el 8 de noviembre de 2019 la misma versa sobre la materia de etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas, aclarando que en dicha reforma legal:

**i) No se abordó la regulación de la publicidad comercial de alimentos y bebidas, sino sólo el etiquetado frontal, y**

**ii) Tampoco se establecieron nuevas obligaciones en materia de publicidad que deban desarrollarse en el ámbito reglamentario.**

Lo que antecede se puede contrastar de la lectura del texto de la citada reforma, que para mejor referencia, se transcribe a continuación:

**DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE SALUD, EN MATERIA DE SOBREPESO, OBESIDAD Y DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.**

**Artículo Único.-** Se reforman los artículos 66, primer párrafo; 111, fracción II; 115, fracción VII; 159, fracción V; 212, primer y segundo párrafos; y se adicionan los artículos 2o., con una fracción VIII; 114, con un tercer párrafo; 210, con un segundo párrafo; 212, con tercer y cuarto párrafos, recorriéndose el actual tercer párrafo para pasar a ser quinto párrafo y 215, con las fracciones VI y VII de la Ley General de Salud, para quedar como sigue:

**Artículo 2o.- ...**

**I. a V. ...**

**VI. El conocimiento para el adecuado aprovechamiento y utilización de los servicios de salud;**

**VII. El desarrollo de la enseñanza y la investigación científica y tecnológica para la salud, y**

**VIII. La promoción de la salud y la prevención de las enfermedades.**

**Artículo 66.-** En materia de higiene escolar, corresponde a las autoridades sanitarias establecer las normas oficiales mexicanas para proteger la salud del educando y de la comunidad escolar, así como establecer acciones que promuevan una alimentación nutritiva y la realización de actividad física. Las autoridades educativas y sanitarias se coordinarán para la aplicación de las mismas.

...  
...

**Artículo 111.- ...**

**I. ...**

**II. Alimentación nutritiva, actividad física y nutrición;**

**III. a V. ...**

**Artículo 114.- ...**

...

Los programas de nutrición promoverán la alimentación nutritiva y deberán considerar las necesidades nutricionales de la población. Por lo que, propondrán acciones para reducir la malnutrición y promover el consumo de alimentos adecuados a las necesidades nutricionales de la población; y evitar otros elementos que representen un riesgo potencial para la salud.

**Artículo 115.- ...**

**I. a VI. ...**

**VII.** Establecer las necesidades nutrimentales que deban satisfacer los cuadros básicos de alimentos evitando los altos contenidos en azúcares, grasas saturadas, grasas trans y sodio. Tratándose de las harinas industrializadas de trigo y de maíz, se exigirá la fortificación obligatoria de éstas, indicándose los nutrimentos y las cantidades que deberán incluirse;

**VIII. a XI. ...**

**Artículo 159.- ...**

**I. a IV. ...**

**V.** La difusión permanente de las dietas, hábitos alimenticios y procedimientos que conduzcan al consumo efectivo de los mínimos de nutrimentos por la población general y no exceder los máximos de azúcares, grasas saturadas, grasas trans y sodio, con base en lo recomendado por la propia Secretaría, y

**VI. ...**

**Artículo 210.- ...**

La Secretaría de Salud considerará los tratados y convenciones internacionales en los que el Estado Mexicano sea parte e incluyan materia de etiquetado y que se hubieren celebrado con arreglo a las disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

**Artículo 212.-** La naturaleza del producto, la fórmula, la composición, calidad, denominación distintiva o marca, denominación genérica y específica, información de las etiquetas y contra etiquetas, deberán corresponder a las especificaciones establecidas por la Secretaría de Salud, de conformidad con las disposiciones aplicables, y responderán exactamente a la naturaleza del producto que se consume, sin modificarse; para tal efecto se observará lo señalado en la fracción VI del artículo 115.

Las etiquetas o contra etiquetas para los alimentos y bebidas no alcohólicas, deberán incluir información nutrimental de fácil comprensión, veraz, directa, sencilla y visible.

Además de lo dispuesto en el párrafo anterior, el etiquetado frontal de advertencia deberá hacerse en forma separada e independiente a la declaración de ingredientes e información nutrimental, para indicar los productos que excedan los límites máximos de contenido energético, azúcares añadidos, grasas saturadas, sodio y los demás nutrimentos críticos e ingredientes que establezcan las disposiciones normativas competentes.

La Secretaría de Salud podrá ordenar la inclusión de leyendas o pictogramas cuando lo considere necesario.

...

**Artículo 215.- ...**

**I. a V. ...**

**VI.** Etiquetado frontal de advertencia de alimentos y bebidas no alcohólicas: Sistema de información simplificada en el área frontal de exhibición del envase, el cual debe advertir de manera veraz, clara, rápida y simple sobre el contenido que exceda los niveles máximos de contenido energético, azúcares añadidos, grasas saturadas, grasas, sodio y los nutrimentos críticos, ingredientes y las demás que determine la Secretaría.

**VII.** Nutrimentos críticos: Aquellos componentes de la alimentación que pueden ser un factor de riesgo de las enfermedades crónicas no transmisibles, serán determinados por la Secretaría de Salud.

**Transitorios**

**Primero.** El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**Segundo.** El Ejecutivo Federal realizará las adecuaciones reglamentarias correspondientes, dentro de los 180 días posteriores a la publicación del presente Decreto en el Diario Oficial de la Federación.

De la lectura del multirreferido decreto de reformas a la Ley General de Salud podemos advertir que versa sobre los siguientes aspectos:

- Su finalidad es evitar el sobrepeso y obesidad a través de un sistema de etiquetado de alimentos y bebidas, como parte de una política de promoción de salud basado en una alimentación nutritiva y actividad física, **(Artículos 2, 111, 114 y 115 de la Ley General de Salud)**;
- En el ámbito educativo se promoverán acciones para una alimentación nutritiva y la realización de actividad física en las escuelas, **(Artículo 66 de la Ley General de Salud)**;
- En la política de nutrición la Secretaría de Salud deberá desarrollar programas de nutrición, establecer esquemas de necesidades nutrimentales a través de cuadros básicos de alimentos, así como difundir dietas y hábitos de alimentación nutritiva, **(Artículos 114, 115 y 159 de la Ley General de Salud)** y
- Establecer un sistema de etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas que incluya información nutrimental de fácil comprensión, veraz, directa, sencilla y visible, así como un etiquetado frontal que advierta sobre el contenido energético, azúcares, grasas, sales y nutrientes con factores de riesgo de enfermedades, **(Artículos 210, 212 y 215 de la Ley General de Salud)**.

**En tal tesitura, los contenidos legales a desarrollar en la esfera reglamentaria no pueden ser otros sino a los que constriñe la Ley, es decir, los que previamente hemos referido en las viñetas inmediatas anteriores.**

Lo anterior es así, ya que, si en el ámbito reglamentario se abordan **contenidos novedosos o no atinentes a la reforma legal, existiría un estado de inseguridad jurídica ya que estaríamos ante un exceso de la facultad reglamentaria.** Y de igual manera, se actualizaría una contradicción con el mandato de la Ley de proveer en la exacta observancia cuando se están reglamentando materias distintas a las que previo la reforma de Ley. No se puede desconocer la facultad reglamentaria del Poder Ejecutivo Federal, contemplada en el artículo 89 constitucional, siempre y cuando se apegue a la exacta observancia de la Ley, lo que no ocurre.

**I.3.- Las modificaciones a la NOM-051 en materia de etiquetado frontal que sirve de referencia para la modificación reglamentaria tampoco aborda el tema de publicidad de alimentos y bebidas**

Por otra parte, es importante mencionar que, con motivo de la multicitada reforma a la Ley General de Salud, hubo *Modificaciones a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados-Información comercial y sanitaria* (en lo sucesivo, **NOM-051**) que se publicaron en la edición vespertina del Diario Oficial de la Federación del 27 de marzo de 2020<sup>3</sup>.

Se hace notar en forma destacada que **las modificaciones a la NOM-051 tampoco abordaron o variaron de modo alguno las disposiciones relativas a la publicidad de alimentos y bebidas**, sino como su nombre lo indica sólo abordan lo concerniente a la materia del etiquetado. Al respecto los aspectos relevantes de la **NOM-051** se glosan a continuación:

- La nueva **NOM-051** tiene por objeto esencial que **el consumidor identifique los productos con exceso de nutrientes asociados a sobrepeso y obesidad** como: azúcares, grasas saturadas, sodio y calorías a través de un etiquetado frontal de advertencia.
- Se crea un **etiquetado frontal de sellos de advertencia (hexágonos en blanco y negro)** que deben colocarse en productos cuyo consumo excesivo se considere dañinos para la salud
- En el etiquetado pueden incluirse **leyendas de recomendación o reconocimiento por organizaciones o asociaciones profesionales** cuando presenten la documentación que soporte evidencia científica, esto será evaluado por PROFECO.
- **Si un producto ostenta uno o más sellos de advertencia** o la leyenda de edulcorantes, **NO deben**:
  - Incluir en la etiqueta personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos u otros elementos ajenos, tales como, juegos, visuales o descargas digitales, que, estando dirigidos a niños, inciten o promueven su consumo o compra, y
  - Hacer referencia en la etiqueta a elementos ajenos al mismo con las mismas finalidades del párrafo anterior.
- En el caso de **productos con cafeína y edulcorantes** se debe colocar la leyenda de **“No recomendable en niños”**.
- **Entra en vigor el próximo 1 de octubre de 2020**, pero habrá una aplicación gradual (3 fases) en cuanto a la medición de los valores nutrimentales, es decir que poco a poco se establecerán niveles menores de azúcares, grasas y sodio en los productos, será hasta

<sup>3</sup> [https://www.dof.gob.mx/2020/SEECO/NOM\\_051.pdf](https://www.dof.gob.mx/2020/SEECO/NOM_051.pdf)

el 1 de octubre de 2025 que se aplicarán en forma integral las disposiciones sobre los valores nutrimentales.

**En este aspecto no debe perderse de vista que si bien la NOM-051 sirve de marco de referencia para actualizar las disposiciones reglamentarias, la fuente y referente de jerarquía del reglamento debe ser la ley**, por lo que dicha NOM no constituye fundamento de validez para las normas reglamentarias.

En conclusión, el proyecto de modificaciones reglamentarias no puede modificar aspectos de publicidad comercial, ya que **nunca hubo mandato legal para modificar el régimen de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas**, por lo que existe un exceso en la facultad reglamentaria. Lo que se desarrollará con mayor amplitud en el siguiente apartado.

## **II.- COMENTARIOS SOBRE EL REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE SALUD EN MATERIA DE PUBLICIDAD**

Las modificaciones al **Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad** afectan a la industria de la Radio y Televisión como parte de la cadena de publicidad de alimentos y bebidas por las razones siguientes:

### **II.1.-La reforma a la Ley General de Salud publicada el 8 de noviembre de 2019 no contiene mandato legal para modificar el régimen reglamentario de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas**

Como ya precisamos en el apartado anterior, el origen y justificación de las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud se hace depender de la reforma a la Ley General de Salud publicada el pasado 8 de noviembre de 2019, sin embargo, estas modificaciones legales no abordaron ni modificaron el régimen de publicidad comercial de alimentos y bebidas.

**Luego entonces, es inentendible e injustificado que se pretenda modificar disposiciones reglamentarias en materia de publicidad cuando el mandato legal versa sobre una materia distinta.**

Se reitera que la reforma a la Ley General de Salud publicada el 8 de noviembre de 2019 en el Diario Oficial de la Federación tiene por objeto preponderante la previsión legal del etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas.

Como ya se acreditó previamente, si se revisa a detalle el texto de la multicitada reforma a la Ley General de Salud del 8 de noviembre de 2019 no se advierte que modifique alguna de las

disposiciones que facultan a la Secretaría de Salud para regular la publicidad de alimentos y bebidas.

**Tan es así, que se dejan intocadas las disposiciones del Título Décimo Tercero de la Ley General de Salud relativo a la materia de la Publicidad**, que va del artículo 300 al 312 del referido ordenamiento legal, por lo que no habría lógica ni justificación de modificar el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, con fundamento en la reforma a la Ley General de Salud del 8 de noviembre de 2019.

Las modificaciones a la Ley General de Salud previstas en el Decreto del 8 de noviembre de 2019 son con el objeto evitar el sobrepeso y obesidad a través de un sistema de etiquetado de alimentos y bebidas, como parte de una política de promoción de salud basado en una alimentación nutritiva y actividad física, por lo que en el ámbito educativo se promoverán acciones para una alimentación nutritiva y la realización de actividad física en las escuelas, además de que la Secretaría de Salud debe establecer una política que deberá desarrollar programas de nutrición, establecer esquemas de necesidades nutrimentales a través de cuadros básicos de alimentos, así como difundir dietas y hábitos de alimentación nutritiva, pero de ningún modo se abordó algún tópico relativo a la publicidad comercial, por lo que no existe justificación legal para modificar el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

Se reitera que los contenidos legales a desarrollar en la esfera reglamentaria son aquellos sobre los cuales versa la reforma a la Ley General de Salud, ya que, **de abordarse contenidos novedosos o no atinentes a la reforma legal, existiría un estado de inseguridad jurídica ya que estaríamos ante un exceso de la facultad reglamentaria, así como una contradicción con el mandato de la Ley de proveer en la exacta observancia al reglarse materias distintas a las que prevé la Ley.**

Para reforzar la afirmación de que la reforma a la Ley General de Salud publicada el 8 de noviembre de 2019 no contiene mandato legal para modificar el régimen reglamentario de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, señalamos que conforme al Dictamen de la Comisión de Salud de la Cámara de Diputados **podemos advertir que claramente la voluntad legislativa fue legislar en materia de etiquetado frontal**, incluso el **propio título del dictamen alude expresa y claramente al rubro de etiquetado**, lo que se cita textualmente a continuación: *Dictamen de la Comisión de Salud, con proyecto de decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General de Salud, en materia de sobrepeso, obesidad y **etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas**.*<sup>4</sup>

Incluso en diversas porciones del precitado dictamen legislativo, claramente se advierte que la intención legislativa fue abordar la materia del etiquetado frontal de alimentos y bebidas, veamos los siguientes extractos del citado dictamen:

<sup>4</sup> <http://gaceta.diputados.gob.mx/PDF/64/2019/oct/20191001-III.pdf>

#### **A) FUNDAMENTO JURÍDICO DE LOS DERECHOS PROTEGIDOS**

Los integrantes de la Comisión de Salud de la Cámara de Diputados consideramos necesario y urgente avanzar en los mecanismos jurídicos que permitan ejercer a plenitud el derecho a la protección de la salud y a la alimentación nutritiva, suficiente y de calidad que poseen todos los mexicanos, acorde con el artículo 4°; así como el derecho al acceso a la información consagrado en el artículo 6°, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEM), la que a su vez, a través de la fracción XVI del artículo 73, dota a esta soberanía con la facultad legislativa en materia de salubridad general en la República y **establece las bases jurídicas para dar tratamiento desde el ámbito legislativo a los temas de sobrepeso, obesidad y etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas.**<sup>5</sup>

...

#### **C) ETIQUETADO FRONTAL DE ADVERTENCIA COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA EN EL COMBATE AL SOBREPESO, LA OBESIDAD Y LA DIABETES.**

En el trabajo de dictaminarían, esta Comisión consideró las recomendaciones y evidencia de organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud, la Organización Panamericana de la Salud, la UNICEF y diversas experiencias exitosas; así como recomendaciones puntuales de los expertos **referentes en la materia como son el Comité de expertos académicos nacionales del etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas** para una mejor salud. Todos ellos concluyen que el etiquetado actual, conocido como Guías Diarias de Alimentación (GDA) utiliza valores de referencia incorrectos y no se ha demostrado que sea comprendido por la población de nuestro país. Mientras que el etiquetado frontal de advertencia responde al contexto nacional de crisis de salud pública por la epidemia de sobrepeso y obesidad.

**El etiquetado frontal de advertencia es una herramienta de prevención y promoción de la salud pública** que entra dentro de una estrategia amplia, integral y basada en evidencia sólida. Diversos planes de acción internacionales incluyen la implementación de etiquetados frontales claros como un pilar fundamental dentro de una estrategia integral de salud pública para mejorar el estado de salud y nutrición.

...

Finalmente, esta Comisión señala que regular en la LGS el etiquetado frontal es una forma de hacer accesible el derecho a la salud de los consumidores, ya que lejos de ser una regulación prohibitiva, reconoce que el etiquetado frontal “es la única fuente de información con la que cuenta el consumidor en el punto de venta, por lo que es importante que éste sea capaz de localizar, leer, interpretar y comprender la información que se le presenta para así tomar una serie de decisiones respecto a los alimentos y bebidas que consume”, tales como “evaluar si la cantidad de un nutrimento es alta o baja, comparar el contenido de un nutrimento entre productos similares o entre diferentes tipos de producto; y decidir si consumir un producto es saludable o no”.<sup>6</sup>

...

#### **E) ETIQUETADO FRONTAL DE ADVERTENCIA VS ETIQUETADO DE SEMÁFORO U OTROS MODELOS**

En consecuencia del análisis pormenorizado, **esta Comisión dictaminadora apoya la necesidad de legislar a favor de un etiquetado frontal de advertencia** ya que este, es la única fuente de información que tienen los consumidores en el punto de venta, por lo que es importante que éste sea fácil de localizar, leer, interpretar y la información presentada sea de fácil comprensión para todo tipo

<sup>5</sup> Página 27 del Dictamen de la Comisión de Salud en materia de etiquetado

<sup>6</sup> Página 31 y 33 del Dictamen Legislativo en materia de etiquetado

de población y así tomar una serie de decisiones informadas respecto a los alimentos y bebidas que consume.<sup>7</sup>

...

**F) EXPERIENCIA INTERNACIONAL EN MATERIA DE ETIQUETADO.**

**Esta Comisión considera relevante señalar el ejemplo sobre la implementación del etiquetado frontal de advertencia en América Latina, no sólo porque compartimos contextos sociales y epidemiológicos comunes, sino porque ha sido en años recientes un ejemplo para el mundo en materia de etiquetado de alimentos y bebidas.**<sup>8</sup>

**Énfasis añadido**

A manera de corolario de este punto, del Dictamen Legislativo transcrito no se advierte razonamiento o justificación que modifique el sistema legal en materia de publicidad comercial, por lo que se manifiesta que **la reforma a la Ley General de Salud publicada el 8 de noviembre de 2019 tuvo como finalidad legislar en materia de etiquetado alimentario, y es claro que no hubo la intención de modificar el régimen legal de publicidad comercial de alimentos y bebidas**, por lo que es un exceso que las modificaciones reglamentarias desvirtúen la intención legislativa, lo que constituye un ejercicio indebido de la facultad reglamentaria al pretender modificar materias no previstas por el mandato legal.

**II.2.- La modificación al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad resulta inconstitucional ya que contraviene el principio de subordinación jerárquica de la norma reglamentaria respecto de la norma legal.**

De acuerdo a nuestro régimen constitucional conforme al Artículo 89 y 133 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, una norma reglamentaria debe ser acorde y congruente con la Ley, bajo los principios de reserva de ley y subordinación jerárquica de las normas reglamentarias, de ahí que la acción reglamentaria debe exclusivamente a proveer en la esfera de la exacta observancia los preceptos de la norma legal, sin exceder ni prever situaciones contrarias, distintas o novedosas a lo que dispone la Ley.

Claramente el Artículo Segundo Transitorio de la reforma a la Ley General de Salud publicada el 8 de noviembre de 2019, ordenó lo siguiente:

**Segundo.** *El Ejecutivo Federal **realizará las adecuaciones reglamentarias correspondientes, dentro de los 180 días posteriores a la publicación del presente Decreto en el Diario Oficial de la Federación.***

**Énfasis añadido**

El mandato legal es claro e indubitable se deben realizar las adecuaciones reglamentarias que correspondan a **los contenidos de la Ley que se están reformando, y no otros.**

<sup>7</sup> **Página 36** del Dictamen Legislativo en materia de etiquetado

<sup>8</sup> **Página 39** del Dictamen Legislativo en materia de etiquetado

Por lo que si la actividad reglamentaria contraviene lo anterior, tal actuación no sólo constituye una actuación inconstitucional por transgredir los principios de reserva de ley y subordinación jerárquica de las normas reglamentarias, **sino que genera un estado de inseguridad jurídica para los particulares, ya que en forma novedosa se incorporan al orden jurídico nuevas disposiciones sobre las que no se previa su emisión**, cuando la certeza jurídica se da por la previsibilidad de que las adecuaciones reglamentarias que se emitan guarden congruencia con la norma legal que le da fundamento.

**Luego entonces, estamos ante una actuación ventajosa de la autoridad que pretende una aplicación extensiva hacia otros ámbitos que el legislador no previó.**

La forma de proceder de la autoridad reglamentaria constituye un *desvío de poder*, ya que aprovecha la coyuntura de una reforma legal para abordar contenidos reglamentarios que no tienen justificación alguna, se trata de una actuación discrecional que no respeta la voluntad del legislador.

Además, **tal actuación ventajosa es aún más perjudicial cuando en el ejercicio de la facultad reglamentaria se pretenden incorporar obligaciones, restricciones y prohibiciones novedosas no previstas en la Ley o que claramente la contravienen**, en estos supuestos se afecta en grado superior la seguridad jurídica dado que se rompe absolutamente la predictibilidad sobre los contenidos que deben desarrollarse en el ámbito reglamentario.

Tales irregularidades se actualizan particularmente en la adición de los Artículos 24 Bis y 24 Bis 1 del **Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad**<sup>9</sup>, que extrapola las reglas de etiquetado frontal a la publicidad comercial, prohibiendo que haya publicidad con avales de asociaciones profesionales en el caso de alimentos que tengan sellos de advertencia, así como la prohibición de uso de personajes y animaciones en la publicidad comercial.

Es de la mayor importancia dejar apuntado que por seguridad y certeza jurídica, las prohibiciones y restricciones a las conductas de los particulares deben estar previstas en una norma legal, por lo que es totalmente inconstitucional que una norma reglamentaria imponga nuevas prohibiciones cuando la Ley no contempla tales restricciones, lo que constituye un desvío de poder y exceso en el ejercicio de la facultad reglamentaria.

---

<sup>9</sup> Aunque por el momento no es materia del apartado que se desarrolla, tal actuación irregular de la autoridad también se concreta en la adición del Artículo 25 Bis 4 al **Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios**, que impone una prohibición novedosa que no está prevista en la Ley, en la especie, prohibir los avales de asociaciones profesionales en alimentos y bebidas con exceso de azúcares o grasas, lo que contraviene el Artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que permite la existencia de tales avales siempre que haya evidencia o sustento científico que respalde el aval.

### **II.3.- Alcances y Límites del ejercicio de la facultad reglamentaria en materia de publicidad comercial**

Conforme al Artículo 89, fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos el Ejecutivo Federal tiene competencia para proveer en la esfera de la exacta observancia las disposiciones legales, a través del ejercicio de la facultad reglamentaria.

Ahora bien, dado que en la Ley General de Salud se contempla la regulación de la publicidad de productos y servicios sujetos a control sanitario, en consecuencia, esta materia puede ser reglamentada, tan es así, que existe un **Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad**, sin embargo en el caso particular, el ejercicio de la facultad reglamentaria se esta fundando en una reforma legal que desarrolla la materia del etiquetado y no así lo relativo a la publicidad comercial de alimentos y bebidas.

Supongamos sin conceder que el despliegue de la facultad reglamentaria se realiza con fundamento en las disposiciones legales conducentes en materia de publicidad comercial previstas en la Ley General de Salud, no obstante, observamos que las reformas al **Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad** no guardan correspondencia con las disposiciones legales que rigen la publicidad, ya que crean nuevas obligaciones y prohibiciones que no tienen fundamento en la Ley.

Lo que advertimos en este caso, es una actuación irregular de la autoridad reglamentaria que pretende una aplicación extensiva hacía otros ámbitos que el legislador no previó.

En otras palabras, **la facultad reglamentaria aplica por analogía y extensión las disposiciones legales en materia de etiquetado frontal al régimen de publicidad, lo que no fue la voluntad legislativa.**

En materia jurídica queda prohibida la imposición de restricciones por mera analogía, las prohibiciones deben estar consignadas expresamente en leyes expedidas por el Congreso, de ahí que una disposición reglamentaria no puede pretender dicha aplicación analógica y extensiva, so pena de resultar inconstitucional.

### **II.4.- No existen disposiciones legales que sustenten las prohibiciones y restricciones reglamentarias que se pretenden imponer en materia de publicidad comercial**

Como apuntamos en el apartado anterior, si bien existe y se reconoce la existencia de la facultad reglamentaria en materia de publicidad comercial en su faceta sanitaria, lo cierto es que no existe fundamento legal expreso y claro que sustente las normas reglamentarias que se pretenden imponer.

Al respecto, vale la pena plantear las siguientes tres interrogantes:

- ¿Qué disposición de la Ley General de Salud establece expresamente la obligación de que la publicidad deba incluir los sellos de advertencia en materia de etiquetado?
- ¿Qué norma de la Ley General de Salud prohíbe que en la publicidad de alimentos y bebidas se incluyan sellos de aval por organizaciones o asociaciones profesionales?
- ¿Por qué si el Artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumir permite la existencia de sellos de aval en la publicidad siempre que cuenten con respaldo científico, mientras que las modificaciones reglamentarias proponen su prohibición?

Es evidente que la autoridad reglamentaria estaría imposibilitada para dar respuesta puntual a las tres interrogantes planteadas, ello es así por que no existe clausula legal habilitante para que en el ámbito reglamentario se desarrollen prohibiciones como las que se proponen.

En consecuencia, la autoridad esta imposibilitada para fundar debidamente, es decir, citar el precepto legal exactamente aplicable que justifica las prohibiciones y restricciones que pretende imponer en el **Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad**.

Este punto es esencial, ya que la autoridad de mejora regulatoria debe dejar asentado en su dictamen de impacto regulatorio que no puede haber prohibiciones reglamentarias que no tengan un exacto correlativo legal que las sustente.

## **II.5.- Comentarios Particulares al Artículo 24 BIS del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad**

En cuanto al precitado Artículo 24 BIS, primeramente, referimos que se trata de una adición al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad que no tiene correlativo, es decir, no existía una disposición semejante o equivalente previamente establecida en el orden reglamentario, y como ya vimos tampoco tiene una norma legal que le de fundamento.

El dispositivo en análisis propone lo siguiente:

***ARTICULO 24 Bis.** La publicidad de productos preenvasados cuya etiqueta incluya exceso de energía, nutrimentos críticos e ingredientes que representen un riesgo a la salud en el consumo excesivo, deberá incluir los sellos y las leyendas que establezca la Norma Oficial Mexicana correspondiente y no deberá incluir sellos o leyendas de recomendación o reconocimiento por organizaciones o asociaciones profesionales.*

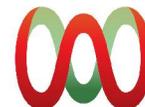
Como se aprecia esta disposición reglamentaria traslada las obligaciones en materia de etiquetado frontal a las actividades publicitarias, al referir que la publicidad deberá incluir los sellos y leyenda de la norma oficial mexicana, que en el caso particular es la **NOM-051**, es

decir que los “*octágonos negros*” se imponen autoritariamente en la publicidad vía el reglamento y no así a través de una disposición legal.

Por otra parte, nótese que si la publicidad versa sobre alimentos y bebidas cuyo etiquetado contiene los “*octágonos negros*” no se podrán incluir avales de asociaciones profesionales, esta prohibición tampoco tiene referente legal que la sustente, ya que la Ley Federal de Protección al Consumidor lo que prohíbe es la existencia de tales “avales” sin la evidencia científica correspondiente.

Es indiscutible que una norma reglamentaria debe ser acorde y congruente con la Ley, bajo los principios de reserva de ley y subordinación jerárquica de las normas reglamentarias, sin embargo, en el caso particular advertimos que **el Artículo 24 Bis del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad contraviene abiertamente lo dispuesto en el párrafo cuarto del Artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor**, para acreditar lo conducente se presenta el siguiente cuadro comparativo:

Ley Federal de Protección al Consumidor	Propuesta de Adición del Artículo 24 Bis al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad
<p><b>ARTÍCULO 32.-</b> La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables, claros y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas.</p> <p>Para los efectos de esta ley, se entiende por información o publicidad engañosa o abusiva aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, inducen a error o confusión al consumidor por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.</p> <p>La información o publicidad que compare productos o servicios, sean de una misma marca o de distinta, no podrá ser engañosa o abusiva en términos de lo</p>	<p><b>ARTICULO 24 Bis.</b> La publicidad de productos preenvasados cuya etiqueta incluya exceso de energía, nutrimentos críticos e ingredientes que representen un riesgo a la salud en el consumo excesivo, deberá incluir los sellos y las leyendas que establezca la Norma Oficial Mexicana correspondiente <u>y no deberá incluir sellos o leyendas de recomendación o reconocimiento por organizaciones o asociaciones profesionales.</u></p>



<p>dispuesto en el párrafo anterior.</p> <p><u>Queda prohibido incluir en la información o publicidad en la que se comercialice un producto o servicio, toda leyenda o información que indique que han sido avalados, aprobados, recomendados o certificados por sociedades o asociaciones profesionales, cuando éstas carezcan de la documentación apropiada que soporte con evidencia científica, objetiva y fehaciente, las cualidades o propiedades del producto o servicio, o cualquier otro requisito señalado en las leyes aplicables para acreditar las mismas.</u></p> <p>La Procuraduría podrá emitir lineamientos para el análisis y verificación de dicha información o publicidad a fin de evitar que se induzca a error o confusión al consumidor, considerando el contexto temporal en que se difunde, el momento en que se transmite respecto de otros contenidos difundidos en el mismo medio y las circunstancias económicas o especiales del mercado.</p> <p>En el análisis y verificación de la información o publicidad, la Procuraduría comprobará que la misma sea veraz, comprobable, clara y apegada a esta Ley y a las demás disposiciones aplicables.</p> <p>Previo a su difusión, los proveedores de manera voluntaria, podrán someter su publicidad a revisión de la Procuraduría, a fin de que la misma emita una opinión no vinculante.</p>	
--	--

Si se observa con detenimiento el Artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se advierte que particularmente en el párrafo cuarto se establece la prohibición de que la publicidad contenga avales de asociaciones profesional cuando carezcan de la evidencia o respaldo científico correspondiente, veamos:

*“Queda prohibido incluir en la información o publicidad en la que se comercialice un producto o servicio, toda leyenda o información que indique que han sido avalados, aprobados, recomendados o certificados por sociedades o asociaciones profesionales, cuando éstas carezcan de la documentación apropiada que soporte con evidencia científica, objetiva y fehaciente, las cualidades o propiedades del producto o servicio, o cualquier otro requisito señalado en las leyes aplicables para acreditar las mismas.”*

Bajo una interpretación en contrario, **la Ley permite que la publicidad contenga avales de asociaciones profesional cuando exista la evidencia o respaldo científico correspondiente**, se resalta que la norma legal no establece ninguna otra prohibición o restricción, y mucho menos prohíbe los “avales” sobre ciertos productos en particular, lo que la ley restringe es una recomendación sin evidencia que la sustente.

Al contrastar la norma legal con la propuesta reglamentaria, se advierte que **el Reglamento establece una prohibición novedosa y adicional no establecida en la Ley**, ya que restringe la emisión del aval o respaldo de organizaciones de profesionistas cuando los productos presentan un contenido excesivo de energía o de nutrimentos críticos conforme a la norma correspondiente, que en este caso sería la **NOM-051**.

Al respecto, es importante mencionar que la adición del Artículo 24 Bis del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, impone una prohibición novedosa que no está prevista en la Ley, y que tampoco es concordante con el Artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Por seguridad y certeza jurídica, **las prohibiciones y restricciones a las conductas de los particulares deben estar previstas en una norma legal, y es totalmente indebido que una norma reglamentaria imponga nuevas prohibiciones sobre una materia donde la Ley no contempla tales restricciones**, lo que constituye un desvío de poder y exceso en el ejercicio de la facultad reglamentaria.

De ahí que estamos ante un caso, **donde la Ley faculta una conducta a los particulares, pero el Reglamento la prohíbe**; en consecuencia, existe una flagrante contradicción e ilegalidad de la adición del Artículo 24 Bis al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.<sup>10</sup>

En consecuencia, la adición del multicitado Artículo 24 Bis es inconstitucional e ilegal, ya que un exceso en perjuicio de los particulares establece restricciones a la publicidad que no están previstas en la Ley y por si fuera poco establece disposiciones en contrario.

De concretarse la emisión de esta disposición reglamentaria se afectaría directamente a la industria de la publicidad, de la que forma parte la radio y televisión mexicanas.

---

<sup>10</sup> Esta misma irregularidad se presenta en la propuesta de adición de un Artículo 25 BIS 4 al Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios.

## II.6.- Comentarios Particulares al Artículo 24 BIS 1 del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad

Por lo que corresponde al precitado Artículo 24 BIS 1 señalamos que se trata de una adición al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad que no tiene correlativo, es decir, no existía una disposición semejante o equivalente previamente establecida en el orden reglamentario, y como ya vimos tampoco tiene una norma legal que le de fundamento.

El dispositivo en análisis propone lo siguiente:

***ARTÍCULO 24 Bis 1.** La publicidad de los productos preenvasados que en su etiqueta incluyan uno o más sellos de advertencia o la leyenda de edulcorantes, de conformidad con la normatividad correspondiente, no deberá incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como juegos visual-especiales o descargas digitales, dirigidas a niños que inciten, promuevan o fomenten el consumo, compra o elección de dichos productos.*

De lo transcrito se aprecia que la propuesta contiene una prohibición en la publicidad de alimentos y bebidas que contengan los sellos de advertencia (*octágonos negros*) al no permitir el uso de personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos.

Como se ha referido previamente en este análisis:

- No existe una norma legal que establezca esta prohibición;
- Ni la Ley ni la **NOM-051** establecen prohibiciones de ese tenor para la publicidad comercial;
- Se están trasladando las obligaciones de etiquetado frontal a la publicidad, en específico la prohibición de uso de personajes, celebridades y animaciones.

Por seguridad y certeza jurídica, **las prohibiciones y restricciones a las conductas de los particulares deben estar previstas en una norma legal, por lo que es totalmente indebido que una norma reglamentaria imponga nuevas prohibiciones sobre una materia donde la Ley no contempla tales restricciones**, lo que constituye un desvío de poder y exceso en el ejercicio de la facultad reglamentaria.

Por otra parte, el texto propuesto para el Artículo 24 BIS 1 resulta muy ambiguo, **ya que no se desprende con claridad quien será el sujeto obligado si será el anunciante o el medio de difusión de la publicidad**, esto es de capital importancia, ya que la falta de precisión en la redacción reglamentaria redundaría en precisar al titular de la obligación que se pretende imputar.

Asimismo, la redacción del Artículo 24 BIS 1 impone una categoría de difícil apreciación que permita la aplicación de la norma, ya que refiere que se **prohíbe el uso de personajes**,

**animaciones, celebridades, entre otros, cuando la publicidad se dirige a niños**, por lo que se plantean las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo distinguir cuando la publicidad se dirige a adultos o a otro grupo poblacional?
- ¿Qué elementos objetivos servirán para realizar la distinción anterior?
- ¿Qué sucede con la publicidad que va dirigida a un grupo amplio de la población que también comprenda a los niños, pero no en forma preponderante?

De las preguntas planteadas observamos que la norma propuesta carece de elementos objetivos para distinguir con claridad cuando un producto se dirige a un público infantil o a una audiencia de adultos, por ejemplo, un cereal puede ser consumido tanto por niños como por adultos, en consecuencia, la publicidad del mismo se vería constreñida a la prohibición, aunque no sea un producto exclusivo para niños.

En mérito de lo anterior, si no se aclaran las interrogantes planteadas nos vamos a enfrentar a un escenario regulatorio donde las normas reglamentarias no tienen sustento legal y además estarán sujetas a la interpretación discrecional de la autoridad bajo parámetros que no están clarificados, lo cual es totalmente contrario al principio de legalidad.

## **II.7.- Las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad violan la Libertad de Expresión en su faceta comercial y la Libertad de Trabajo del ramo de la publicidad**

Las modificaciones propuestas tienen como argumento central el cuidado de la salud de las personas, particularmente frente a la obesidad y sobrepeso, sin embargo, el derecho a la salud, incluso en la vertiente de la protección de menores de edad constituyen derechos absolutos a lo que no les resulten oponibles otros principios constitucionales, como sería la libertad de expresión.

El éxito de una democracia consiste en la inclusión y graduación de todos los derechos, por lo que se debe rechazar una interpretación y aplicación mecánica de derechos que se consideren absolutos, sin antes realizar la valoración de otros derechos y principios igualmente valiosos como la libertad de expresión y la libertad de trabajo.

Tanto la libertad de expresión como la actividad comercial gozan de protección constitucional, al respecto se cita el siguiente criterio de la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación:

***LIBERTAD DE EXPRESIÓN. ESTE DERECHO FUNDAMENTAL COMPRENDE AL DISCURSO COMERCIAL.***

*Existe una presunción de que todas las expresiones se encuentran protegidas por el derecho fundamental a la libertad de expresión, la cual sólo puede ser derrotada bajo razones imperiosas. En este sentido, se considera que las expresiones comerciales están protegidas por la libertad de expresión por las siguientes razones: 1) en las sociedades democráticas es más tolerable el riesgo derivado de los eventuales daños generados por la libertad de expresión que el riesgo de una restricción general de la libertad correspondiente; y, 2) en una economía de mercado es importante el libre flujo de información, esto para que los agentes económicos puedan competir libremente y los consumidores puedan tomar decisiones informadas. Ahora bien, esta racionalidad justifica tanto la protección de las expresiones comerciales, como el interés del Estado en regularlas con el propósito de proteger al consumidor y a los competidores; sin embargo, debe destacarse que, a diferencia de los discursos que se ubican en la dimensión política o individual de la libertad de expresión, la publicidad no persigue o se relaciona con un fin social o político, ni procura la autorrealización de la persona, sino que sirve o tiene un propósito meramente económico o comercial.*

También podemos citar la *Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual* (Directiva de servicios de comunicación audiovisual)<sup>11</sup> que en su considerando 60 manifiesta que:

*“se deben equilibrar cuidadosamente las medidas para proteger a los menores y la dignidad humana con el derecho fundamental a la libertad de expresión consagrado en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea”.*

El principio de actuación que se acaba de transcribir es de la mayor importancia, ya que profiere una armonización, antes que una superposición de un derecho sobre otro, por lo que las prohibiciones que propone el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad antes de imponer prohibiciones arbitrarias debiesen procurar una labor de armonización y ponderación de derechos.

Si bien el ejercicio de la facultad reglamentaria debe garantizar la protección de la salud en el marco de lo que le permite la Ley, además, debe considerar a su vez la existencia de otros derechos como la libertad de expresión, al respecto se observa que en la manifestación de impacto regulatorio no se realiza ninguna mención, valoración o ponderación sobre este aspecto, por lo que adolece de falta de integralidad de valorar todos los principios constitucionales que están en juego.

La libertad de expresión es un derecho fundamental contenido en el primer párrafo y segundo párrafo del artículo sexto y en el primer párrafo del artículo séptimo, ambos de la Constitución, que señalan:

**Artículo 6o.** *La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros,*

<sup>11</sup> <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=celex%3A32010L0013>

*provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.*

*Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.*

...

**Artículo 7o.** *Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.*

...

Es importante referir que la libertad de expresión es un derecho que siempre está en riesgo de ser reducido o acotado, y más cuando una autoridad, de cualquiera naturaleza, pretende condenar, restringir o desaprobado una expresión, en este caso la publicidad comercial, y siempre que estemos ante una actuación restrictiva de la libertad de expresión debe existir una valoración cuidadosa a fin que no se vaya a vulnerar tal libertad.

Hay que recalcar que el reconocimiento de la libertad de expresión es una condición fundamental e irreductible para la vida democrática del Estado, esta prerrogativa se encuentra reconocida no sólo en nuestra Constitución Política, sino también en diversos tratados internacionales de derechos humanos, por lo que cualquier intención o pretensión de cualquier autoridad ejecutiva, judicial o legislativa que intente acotar la libertad de expresión, estará sujeta a un escrutinio estricto sobre su constitucionalidad.

Bajo las premisas constitucionales y de derecho internacional que se han expuesto, es que se afirma que las propuestas de prohibición en el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad son inconstitucionales, en razón de que no realizan una valoración profunda y detenida sobre la conveniencia, proporcionalidad e idoneidad de las prohibiciones que pretenden.

En efecto, las prohibiciones que propone el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, que serían la proscripción de “avales o recomendaciones” así como la restricción de uso de personajes, celebridades o dibujos animados en la publicidad de alimentos y bebidas que contengan los sellos de advertencia (octágonos negros) es un exceso (no sólo porque carece de fundamento legal) sino en razón de que restringe la actividad publicitaria que se basa en la creatividad y presentación ingeniosa de los productos que anuncia, actividades que son tuteladas por el derecho de autor, la libertad de trabajo y la libertad de expresión en su faceta comercial.

Las adecuaciones reglamentarias resultan contrarias a la libertad de expresión, en razón de que inhiben una forma de expresión o creación artística diseñada para un contenido audiovisual que va a ser utilizado como publicidad. Bajo ese tenor, se subraya que cualquier

restricción a la libertad de expresión, al ser un derecho constitucional, debe estar sustentado en un test o escrutinio estricto de revisión constitucional, por tanto, el ejercicio de la facultad reglamentaria debería acreditar que:

- Las modificaciones reglamentarias se justifican en razón de que el ejercicio de la libertad de expresión está atacando derechos de tercero, perturbando el orden público o bien, provocando un delito;
- Que la propuesta reglamentaria resulte eficaz y pertinente;
- Que no haya otra alternativa regulatoria, y
- Que es proporcional y equitativa.

En lo que corresponde a la prohibición de “avales y recomendaciones” por asociaciones de profesionales, se restringe la posibilidad de expresarse y opinar libremente sobre un ámbito propio de una profesión, es decir que la propuesta de norma reglamentaria determina que un experto no se pronuncie ni exprese sobre su cambio de conocimiento y trabajo.

Se reitera que hasta el momento lo que la Ley -por lógica- prohíbe son los avales que carezcan de estudios y evidencias, ya que ello si es contrario a una ética y labor profesional al otorgar una recomendación sin sustento, pero lo que no tiene lógica ni justificación es que se restrinja la libertad de trabajo y expresión de las organizaciones y asociaciones profesionales, cuando precisamente la labor de tales organizaciones es lo que permite que haya mayores elementos, datos e información sobre los bienes que se consumen, lo que facilita un mejor conocimiento de las características de los productos.

Además, estas restricciones desincentivan la investigación y el estudio sobre las propiedades de los alimentos, que como ya señalamos son datos útiles para conocer lo que las personas consumen.

En lo que atañe a la prohibición de uso de personajes, celebridades y dibujos animados, se trata de una propuesta reglamentaria carente de progresividad, ya que en lugar de promover una regulación de avanzada que fomente buenas prácticas de consumo u otras actividades de desarrollo humano, se prohíbe que se asocie este tipo de publicidad con actividades creativas, deportivas, recreativas y lúdicas propias de la naturaleza humana.

Finalmente se manifiesta que la publicidad de alimentos y bebidas no es la causa directa de los problemas obesidad y sobrepeso en la población, apreciarlo así, es una visión reducida y acotada, se trata de un fenómeno con múltiples causas, por tanto, no se justifica una restricción absoluta a la publicidad, que conlleva la afectación a otros derechos constitucionales como la libertad de expresión, la libertad de comercio y de trabajo.

## **II.8.- Las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad violan la Libertad de Trabajo y de Comercio**

Sobre la libertad de trabajo y comercio, señalamos que el Artículo 5º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como el Artículo 5 de la Ley Federal del Trabajo, establecen el derecho de las personas a ejercer la profesión que más convenga a su desarrollo intelectual y emocional.

La publicidad comercial se basa en el ingenio, creatividad y presentación novedosa de los bienes y servicios que se anuncian, para ello esta actividad laboral se tutela no sólo por el derecho al trabajo, sino también por la propiedad intelectual, de ahí que prohibir el uso de personajes animados o caricaturas limita el uso y disfrute de un derecho de propiedad intelectual o industrial (v.gr. marca, caricatura, dibujo animado), y dejaría de tener sentido el desarrollo y protección de los signos distintivos así como su vocación comercial.

En efecto, precisamente se desarrollan marcas como signos distintivos de productos utilizando palabras, imágenes y signos que den identidad a un producto y lo distinguan de otro, por lo que la prohibición de utilización de imágenes, dibujos animados o personajes anula el derecho de la propiedad intelectual.

Con base en lo anterior, afirmamos que las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad implica una violación de Tratados de Libre Comercio de los que México es parte; entre los que se destaca el “Acuerdo sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio” (TRIPS, por sus siglas en inglés) de la Organización Mundial del Comercio, el cual regula la protección que los países deben otorgar a los titulares de un derecho de propiedad intelectual o industrial. Esto toda vez que los tratados comerciales y en particular el TRIPS, prohíben a las autoridades de las partes, dificulten injustificadamente el uso de una marca en el curso de operaciones comerciales con exigencias especiales, como, por ejemplo, el uso en una forma especial o el uso de una marca que menoscabe la capacidad de la marca para distinguir los bienes y servicios de una empresa de los de otras empresas

**Artículo 20 del TRIPS**

*No se complicará injustificadamente el uso de una marca de fábrica o de comercio en el curso de operaciones comerciales con exigencias especiales, como por ejemplo el uso con otra marca de fábrica o de comercio, el uso en una forma especial o el uso de una manera que menoscabe la capacidad de la marca para distinguir los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas.*

*Esa disposición no impedirá la exigencia de que la marca que identifique a la empresa productora de los bienes o servicios sea usada juntamente, pero no vinculadamente, con la marca que distinga los bienes o servicios específicos en cuestión de esa empresa*

Por otra parte, las prohibiciones reglamentarias en análisis atentan contra la libertad comercial protegida en el Artículo 5º Constitucional, en razón de **la prohibición de publicidad de alimentos y bebidas omite respetar un trato de equidad frente a la publicidad de otros**

**tipos de bienes y servicios en los que sí se permitiría el uso de elementos tales como personajes, celebridades o dibujos animados.**

Finalmente no se debe dejar de considerar que desde hace un par de décadas la industria de la publicidad nacional, partiendo de las mejores prácticas internacionales, ha generado propias normas de Autorregulación y Ética Publicitaria, como sería la aplicación del “Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas dirigida al Público Infantil”<sup>12</sup> (Código PABI), herramienta coadyuvante para el fomento de una alimentación correcta y la práctica habitual de actividad física. Lo anterior, como una acción adicional del sector privado para contribuir proactivamente a la prevención del sobrepeso y la obesidad. Es preciso indicar que el Código PABI, es acorde con los principios que guían al sector privado en materia de protección de la salud y se enmarca en las recomendaciones de la OMS establecidas en la Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud.

## **II.9.- Las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad afectan la libre competencia en la Radio y Televisión al imponer nuevas cargas regulatorias a las que no están sujetas otras plataformas de contenidos audiovisuales**

La industria de la radio y televisión esta sobre regulada por lo que enfrenta serias desventajas competitivas frente a las nuevas plataformas de contenidos audiovisuales por internet, conocidas como *Over to Top* (OTT) que también transmiten publicidad, por lo que adicionar nuevas prohibiciones, obligaciones y posibles sanciones en el régimen de la publicidad tendría como consecuencia que se limite la competencia efectiva en la oferta de contenidos audiovisuales.

La sobre regulación en la radio y televisión es en razón de los permisos, concesiones y autorizaciones que debe obtener para su funcionamiento, y que no son exigidas a las plataformas OTT, de igual manera la radiodifusión tiene que enfrentar los pagos fiscales en impuestos federales y estatales, así como los pagos por uso del espectro radioeléctrico y cubrir el llamado “Tiempo Fiscal” que se otorga al Estado, tales regulaciones y tributos no los tienen las plataformas OTT de internet.

En consecuencia, las nuevas prohibiciones al régimen publicitario vendrían a ralentizar y precarizar la actividad económica que constituye la principal fuente de ingresos de la radio y televisión, que es la publicidad de bienes y servicios.

En tal tesitura, las propuestas de prohibición al Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad aumentan costos regulatorios e inhiben la inversión en cadena económica de la publicidad comercial, por lo que en el análisis de mejora regulatoria que realice la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria debe sopesar que las modificaciones

---

<sup>12</sup> Código PABI. Disponible en: [http://www.promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/programas/codigo\\_pabi.pdf](http://www.promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/programas/codigo_pabi.pdf)

reglamentarias establecen prohibiciones novedosas que no están previstas en la Ley, en lugar de procurar una regulación progresiva y de ampliación de derechos que armonice a todos los sectores involucrados.

Por otra parte, es de mencionarse que, en el caso de los medios de difusión por internet, el Estado no tiene mecanismos expeditos y reales para verificar que se cumplan las prohibiciones de publicidad que se proponen, por lo que si la autoridad no tiene mecanismos para hacer efectivas tales prohibiciones, existiría un sesgo regulatorio que se enfocaría en la industria de la radio y televisión, así como en otros medios de publicidad tradicionales, por lo que resultaría una medida gubernamental anticompetitiva e inequitativa.

Sobre el particular, se resaltan algunos de los principios que orientan el análisis que debe realizar la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria conforme a la Ley<sup>13</sup> que rige su actuación, se tiene que:

**Artículo 7.** *La política de mejora regulatoria se orientará por los principios que a continuación se enuncian:*

*I. ...*

**II. Seguridad jurídica que propicie la certidumbre de derechos y obligaciones;**

*III. ...*

*IV. Coherencia y armonización de las disposiciones que integran el marco regulatorio nacional;*

*V. Simplificación, mejora y no duplicidad en la emisión de Regulaciones, Trámites y Servicios;*

*VI. a VIII. ...*

*IX. Fomento a la competitividad y el empleo;*

**X. Promoción de la libre competencia y competencia económica, así como del funcionamiento eficiente de los mercados, y**

*XI. ...*

*Los Sujetos Obligados deberán ponderar los valores jurídicos tutelados a que se refiere este precepto y explicitar los criterios de decisión que subyacen a la política de mejora regulatoria atendiendo a los objetivos establecidos en esta Ley.*

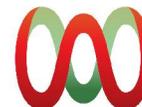
**Énfasis añadido**

## IV.- CONCLUSIONES

---

<sup>13</sup> Ley General de Mejora Regulatoria

- Las modificaciones reglamentarias pretenden tener fundamento en la reforma a la Ley General de Salud en materia etiquetado frontal, sin embargo, dicha reforma legal no abordó ni modificó el régimen legal de la publicidad comercial, en consecuencia, no hay mandato legal que justifique modificar el régimen reglamentario de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, por lo que existe un exceso en la facultad reglamentaria.
- No existen disposiciones legales que sustenten expresamente las prohibiciones y restricciones reglamentarias que se pretenden imponer en materia de publicidad comercial.
- Las modificaciones reglamentarias imponen contenidos novedosos, no previstos en la Ley por lo que se genera un estado de inseguridad jurídica en virtud de un exceso de la facultad reglamentaria.
- Como se observa en la página WEB de la CONAMER donde se encuentra a consulta el proyecto en cuestión, es muy claro en que busca el impacto regulatorio de la reforma:



I. DESCRIBA LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA REGULACIÓN PROPUESTA<sup>#1</sup>

Realizar las reformas al Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, para dar cumplimiento al segundo transitorio del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General de Salud, en materia de sobrepeso, obesidad y de etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 8 de noviembre de 2019. Se armoniza a nivel reglamentario las disposiciones relativas con el "etiquetado frontal de advertencia" del etiquetado de alimentos y de bebidas no alcohólicas preenvasados y, como resultado, se deroga lo relacionado con el "etiquetado frontal nutrimental" establecido en el artículo 25 y con el "distintivo nutrimental" establecido en el artículo 25 Bis del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y en materia de publicidad. El "etiquetado frontal de advertencia" es el sistema de información legislado para facilitar al consumidor la comprensión del valor nutritivo de los alimentos y de las bebidas no alcohólicas preenvasados y ayudarlo a interpretar la declaración nutrimental, así como para advertir al consumidor sobre contenido excesivo de nutrientes asociados a enfermedades no transmisibles o de ingredientes que pueden representar un riesgo a la salud, principalmente del sector infantil. Lo anterior, derivado de la emergencia epidemiológica de obesidad y de diabetes que vive el país, así como de la alta prevalencia de otras comorbilidades como la hipertensión arterial en la población mexicana, resultado de la frecuencia y de la cantidad en la que se consumen la amplia disposición de alimentos y de bebidas no alcohólicas caracterizados por un contenido excesivo de energía y de nutrientes críticos, de aquí la gran importancia de que la población pueda identificar fácilmente las características nutrimentales de dichos productos. Asimismo, se han identificado riesgos a la salud de algunos sectores de la población por el consumo de ingredientes incluidos los aditivos, en virtud de lo cual resulta necesario incluir en el etiquetado las leyendas precautorias del contenido de estos ingredientes en los alimentos y en las bebidas no alcohólicas preenvasados. La adopción reglamentaria y normativa del etiquetado frontal de advertencia demandó la incorporación de disposiciones con el fin de restringir la recomendación o el respaldo por sociedades o por asociaciones profesionales y el uso de elementos promocionales diversos a través del etiquetado de alimentos y de bebidas no alcohólicas preenvasados que cumplen los criterios para incluir los sellos o las leyendas precautorias que componen el etiquetado frontal de advertencia, con el objeto de eliminar fallos de información y evitar una selección adversa de productos por el consumidor. Esta situación obliga armonizar las disposiciones relacionadas en materia de publicidad de alimentos y de bebidas no alcohólicas preenvasados a fin de evitar que puedan afectar negativamente el impacto de las medidas reglamentarias y normativas del etiquetado frontal de advertencia en alimentos y en bebidas no alcohólicas preenvasados. De esta forma, se da cumplimiento al segundo transitorio del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General de Salud, en materia de sobrepeso, obesidad y de etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 8 de noviembre de 2019.

- Como se observa el propósito del proyecto de Decreto es cuestionable, ya que en estricto sentido no hay ninguna prueba científica aportada que demuestre la idoneidad de incluir las prohibiciones que se han especificado en esta opinión, como medios adecuados para evitar la obesidad. Las prohibiciones no son lógicas ni razonables, por lo tanto, no son proporcionales.

- En ese sentido, basta citar los artículos 7 y 8 de la Ley General de Mejora Regulatoria, para darse cuenta que el proyecto de decreto en mención, no cumple con los principios y objetivos de una mejor política regulatoria. Lo cual debe atender la CONAMER, a manera de una conclusión específica en el ámbito de su materia, cito y enfatizo lo señalado:

**Artículo 7.** La política de mejora regulatoria se orientará por los principios que a continuación se enuncian:

I. Mayores beneficios que costos y el máximo beneficio social;

II. **Seguridad jurídica que propicie la certidumbre de derechos y obligaciones;**

III. Focalización a objetivos claros, concretos y bien definidos;

IV. **Coherencia y armonización de las disposiciones que integran el marco regulatorio nacional;**

V. Simplificación, mejora y no duplicidad en la emisión de Regulaciones, Trámites y Servicios;

VI. Accesibilidad tecnológica;

VII. **Proporcionalidad, prevención razonable y gestión de riesgos;**

VIII. Transparencia, responsabilidad y rendición de cuentas;

IX. **Fomento a la competitividad y el empleo;**

X. **Promoción de la libre competencia y competencia económica, así como del funcionamiento eficiente de los mercados, y**

XI. Reconocimiento de asimetrías en el cumplimiento regulatorio.

Los Sujetos Obligados deberán ponderar los valores jurídicos tutelados a que se refiere este precepto y explicitar los criterios de decisión que subyacen a la política de mejora regulatoria atendiendo a los objetivos establecidos en esta Ley.

**Artículo 8.** Son objetivos de la política de mejora regulatoria, los siguientes:

I. Procurar que las Regulaciones que se expidan generen beneficios superiores a los costos y produzcan el máximo bienestar para la sociedad;

**II. Promover la eficacia y eficiencia de la Regulación, Trámites y Servicios de los Sujetos Obligados;**

III. Procurar que las Regulaciones no impongan barreras al comercio internacional, a la libre concurrencia **y la competencia económica;**

**IV. Generar seguridad jurídica, claridad y transparencia en la elaboración y aplicación de las Regulaciones, Trámites y Servicios;**

V. Simplificar y modernizar los Trámites y Servicios;

VI. Fomentar una cultura que ponga a las personas como centro de la gestión gubernamental;

VII. Mejorar el ambiente para hacer negocios;

VIII. Facilitar, a través del Sistema Nacional, los mecanismos de coordinación y participación entre los órganos de mejora regulatoria de los órdenes de gobierno y los Sujetos Obligados para el cumplimiento de los objetivos de esta Ley;

IX. Atender al cumplimiento de los objetivos de esta Ley considerando las condiciones de desarrollo institucional y las capacidades técnicas, financieras y humanas;

X. Promover la participación de los sectores público, social, privado y académico en la mejora regulatoria;

XI. Facilitar a las personas el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de sus obligaciones;

**XII. Armonizar el marco normativo de la mejora regulatoria en el país atendiendo los principios de esta Ley;**

XIII. Facilitar el conocimiento y el entendimiento por parte de la sociedad, de la Regulación, mediante la accesibilidad y el uso de lenguaje claro;

XIV. Coadyuvar en las acciones para reducir el costo económico derivado de los requerimientos de Trámites y Servicios establecidos por parte de los Sujetos Obligados, y

**XV.** Diferenciar los requisitos, Trámites y Servicios para facilitar el establecimiento y funcionamiento de las empresas según su nivel de riesgo, considerando su tamaño, la rentabilidad social, la ubicación en zonas de atención prioritaria, así como otras características relevantes para el país.

- Es importante señalar que las modificaciones a la NOM-051 en materia de etiquetado frontal que sirve de referencia para las adecuaciones reglamentarias tampoco abordan el rubro de publicidad de alimentos y bebidas, y también debe dejarse asentado que la citada NOM no puede servir de fundamento de validez para la emisión de normas reglamentarias, sino que su fuente debe ser la letra de la Ley.
- El ejercicio de la facultad reglamentaria al modificar cuestiones no previstas en la Ley, constituye una actuación arbitraria y ventajosa por parte de la autoridad que pretende una aplicación extensiva hacía otros ámbitos que el legislador no previó, en otras palabras, la facultad reglamentaria indebidamente impone por analogía las reglas legales en materia de etiquetado frontal al régimen de publicidad, lo que no es acorde a la voluntad legislativa.
- La prohibición de que haya avales a alimentos y bebidas por parte de organizaciones profesionales conforme al Artículo 24 Bis al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad contraviene abiertamente lo dispuesto en el párrafo cuarto del Artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que permite la existencia de tales avales y reconocimientos
- Las irregularidades se actualizan particularmente en la adición de los Artículos 24 Bis y 24 Bis 1 del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, que extrapola las reglas de etiquetado frontal a la publicidad comercial, prohibiendo que haya publicidad con avales de asociaciones profesionales en el caso de alimentos y bebidas que contengan sellos de advertencia, así como la prohibición de uso de personajes, celebridades y animaciones en la publicidad comercial.
- Es de la mayor importancia dejar apuntado que por seguridad y certeza jurídica, las prohibiciones y restricciones a las conductas de los particulares deben estar previstas en una norma legal, por lo que es totalmente inconstitucional que una norma reglamentaria imponga nuevas prohibiciones cuando la Ley no contempló tales restricciones, lo que constituye un desvío de poder y un claro exceso en el ejercicio de la facultad reglamentaria.

- El texto propuesto para el Artículo 24 BIS 1 del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad resulta muy ambiguo, ya que no se desprende con claridad quien será el sujeto obligado si será el anunciante o el medio de difusión de la publicidad, esto es de capital importancia, ya que la falta de precisión en la redacción reglamentaria redundaría en precisar al titular de la obligación que se pretende imputar.
- Igualmente, el precitado Artículo 24 BIS 1 impone una categoría de difícil apreciación que permitan la aplicación de la norma, ya que refiere que se prohíbe el uso de personajes, animaciones, celebridades entre otros cuando la publicidad se dirige a niños, pero no otorga elementos objetivos para distinguir cuando la publicidad se dirige a adultos o a menores.
- Las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad violan la Libertad de Expresión en su faceta comercial y la Libertad de Trabajo del ramo de la publicidad.
- Las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad violan la Libertad de Trabajo y de Comercio
- Las modificaciones al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad afectan la libre competencia en la Radio y Televisión al imponer nuevas cargas regulatorias a las que no están sujetas otras plataformas de contenidos audiovisuales.

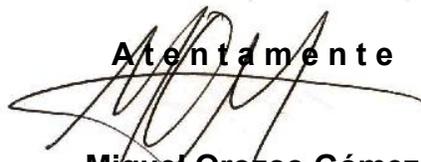
#### **PUNTOS PETITORIOS.**

**PRIMERO.** Téngase por presentado el presente escrito de Comentarios de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, en cuya representación actúo.

**SEGUNDO.** Téngase por señalado el domicilio para oír notificaciones, así como autorizadas para los mismos efectos a las personas que se indican.

**TERCERO.** Valórense los argumentos que se hacen valer en este escrito y, en su momento, tómense en cuenta para dictar el Acuerdo Administrativo procedente.

**Atentamente**



**Miguel Orozco Gómez**

Representante de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión

**Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión**

Av. Horacio No. 1013, Col. Polanco Reforma, Del. Miguel Hidalgo, C.P. 11550, México, D.F.  
+52 (55) 5726-9909 [http:// www.cirt.com.mx](http://www.cirt.com.mx)

*Maximino García Cueto*

*Notario No. 14*

*México, D. F.*

№ 15499

LIBRO MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y SIETE --- RAJ\*EME\*RAJ ---  
CUARENTA Y SIETE MIL TRESCIENTOS SEIS. ---

----- MEXICO, DISTRITO FEDERAL, a doce de octubre del año

dos mil once. -----

MAXIMINO GARCIA CUETO, Titular de la Notaría Número 14 del Distrito Federal, hago constar: -----

EL PODER que otorga la "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISIÓN", representada por don Tristán Canales Nájjar, a favor de DON MIGUEL OROZCO GÓMEZ, DON JAIME RAMOS RIVERA Y DON JUAN PEDRO ZAMORA SÁNCHEZ, para que lo ejerciten conjunta o separadamente, al tenor de la siguiente:-----

-----C L A U S U L A-----

U N I C A.- "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISIÓN", representada por don Tristán Canales Nájjar, otorga PODER a favor de DON MIGUEL OROZCO GÓMEZ, DON JAIME RAMOS RIVERA Y DON JUAN PEDRO ZAMORA SÁNCHEZ, para que lo ejerciten conjunta o separadamente, al tenor de las siguientes facultades: -----

A.- Poder general para pleitos y cobranzas con todas las facultades generales y aún con las especiales que de acuerdo con la Ley requieran poder o cláusula especial, pero sin que se comprenda la facultad de hacer cesión de bienes, en los términos del párrafo primero del artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil para el Distrito Federal y de las demás entidades federativas de la República Mexicana, donde se ejercite. -----

De manera enunciativa y no limitativa se mencionan entre otras facultades las siguientes: -----

- I.- Para intentar y desistirse de toda clase de procedimientos, inclusive amparo. -----
- II.- Para transigir. -----
- III.- Para comprometer en árbitros. -----
- IV.- Para absolver y articular posiciones. -----
- V.- Para recusar. -----
- VI.- Para recibir pagos. -----

VII.- Para presentar denuncias y querellas en materia penal y para desistirse de ellas cuando lo permita la Ley.-----  
B.- Los apoderados ejercitarán el mandato a que alude el inciso anterior, ante particulares, personas físicas o morales y ante toda clase de autoridades administrativas, entidades, dependencias de la administración pública federal, estatal, local y municipal, fiscales o judiciales, inclusive de carácter federal o local y ante las Juntas de Conciliación y Arbitraje, Locales o Federales, Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje y Autoridades del Trabajo.-----

C.- Poder general para actos de administración, en los términos del párrafo segundo del artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil para el Distrito Federal y de las demás entidades federativas de la República Mexicana, donde se ejercite. -----

D.- Poder general para actos de administración laboral, con todas las facultades generales o especiales que requieran cláusula especial conforme a la Ley de conformidad con el segundo párrafo del Artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil para el Distrito Federal y sus Artículos correlativos de los Códigos Civiles de los Estados de la República, incluyendo las facultades especiales a que se refiere el artículo dos mil quinientos ochenta y siete del Código Civil y sus correlativos de los demás Códigos Civiles de los Estados de la República Mexicana para representar a la Sociedad ante toda clase de Autoridades y Tribunales de Trabajo, Juntas de Conciliación, Locales o Federales con todas las facultades a que se refieren los artículos once, seiscientos ochenta y nueve, seiscientos noventa y dos, seiscientos noventa y tres, seiscientos noventa y cinco, setecientos ochenta y seis y demás relativos de la Ley Federal del Trabajo, pudiendo comparecer a las audiencias de conciliación, demanda y excepciones y de ofrecimiento y admisión de pruebas a que se refiere el artículo ochocientos setenta y tres, en relación con los artículos ochocientos setenta y





Maximino García Cueto

Notario No. 14

3

México, D. F.



47,306

15499

cinco, ochocientos setenta y seis y ochocientos setenta y ocho de la mencionada Ley Federal del Trabajo, quedando igualmente autorizados los apoderados para articular absolver posiciones, transigir y celebrar toda clase de convenios que tiendan a dirimir las controversias laborales, asimismo se les otorga la representación legal y patronal en términos de la Ley Federal del Trabajo, atento lo dispuesto por los artículos once, cuarenta y seis, cuarenta y siete, ciento treinta y cuatro fracción tres romano, quinientos veintitrés, seiscientos noventa y dos, fracciones uno, dos y tres romano, setecientos ochenta y seis, setecientos ochenta y siete, ochocientos setenta y tres, ochocientos setenta y cuatro, ochocientos setenta y seis, ochocientos setenta y ocho, ochocientos ochenta y tres y ochocientos ochenta y cuatro de la misma, los cuales se tienen aquí por transcritos como si a la letra se insertasen.

YO EL NOTARIO CERTIFICO:-----

I.- Que a mi juicio el compareciente tiene capacidad legal para la celebración de este acto, me identifiqué plenamente y me cercioré de su identidad conforme a la certificación de identidad que agrego al apéndice de esta escritura con la letra "A". -----

II.- Declara DON TRISTAN CANALES NÁJJAR, de manera expresa y bajo protesta de decir verdad, que el cargo y la personalidad que ostenta no le han sido revocados ni en forma alguna modificados, los cuales se encuentra vigente en todos sus términos y que su representada es capaz de la siguiente manera:-----

a.- Con testimonio de la escritura número dieciséis mil cuatrocientos nueve, de fecha quince de diciembre de mil novecientos cuarenta y uno, ante el Licenciado Rafael Oliveros Delgado, en aquél entonces Titular de la Notaría número veintiséis del Distrito Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio de esta Capital, en la sección cuarta, libro diecisiete de sociedades y asociaciones

civiles, a fojas trescientas sesenta y cinco y bajo el número ciento diez, de conformidad con lo previsto por la Ley de las Cámaras de Comercio y de las de Industria, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día veintiséis de agosto de mil novecientos cuarenta y uno, se constituyó "LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSIÓN", con domicilio en la Ciudad de México, Distrito Federal, duración indefinida y teniendo por objeto entre otros: -----

A.- Representar los intereses generales de la industria de la radiodifusión y de las empresas que la constituyan.-----

B.- Estudiar todas las cuestiones que afecten las actividades industriales de la radiodifusión y proveer a las medidas que tiendan al desarrollo de ésta.-----

b.- Con testimonio de la escritura número once mil cuatrocientos veintitrés, de fecha dos de julio de mil novecientos setenta y cinco, ante el Licenciado Ramón Aguilera Soto, Titular de la Notaría número ciento dieciocho del Distrito Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio de esta Capital, en la sección cuarta, volumen cuarenta y ocho de Asociaciones Civiles, a fojas cuatrocientos quince y bajo el número doscientos setenta y cuatro, se hizo constar la Protocolización del Acta de Sesión de Consejo Directivo de la "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION", en la que previa autorización de la Secretaría de Industria y Comercio, se cambió la denominación de la sociedad para quedar en "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION", reformándose al efecto los artículos primero, segundo, tercero, quinto, ochenta y ochenta y tres de sus Estatutos Sociales. -----

c.- Por oficios números ciento cuarenta y dos guión ciento treinta y uno guión ochenta, cinco guión cero cero ciento cuarenta, ciento veintiuno guión seiscientos treinta y uno guión noventa y dos y "trescientos once guión cero quinientos treinta y uno punto noventa y siete, expedidos

*Maximino García Cueto*

*Notario No. 14*

5

*México, D. F.*

47,306

**№ 15499**

por la entonces Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, publicados en el Diario Oficial de la Federación, los días once de noviembre de mil novecientos ochenta y cinco, primero de septiembre de mil novecientos noventa y dos y tres de octubre de mil novecientos noventa y siete, se hizo constar la compulsa total de los estatutos de la "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISIÓN".

d.- Con testimonio de la escritura número veintidós mil ochocientos dos, de fecha veintiséis de mayo de mil novecientos noventa y siete, otorgada ante la fe del Licenciado Mario Garciadiego González Cos, Titular de la Notaría número ciento ochenta y cuatro del Distrito Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio del Distrito Federal, en el Folio de Personas Morales número seis mil ciento cuarenta y siete, se hizo constar la compulsa total de estatutos de la "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISIÓN", para quedar con domicilio en la Ciudad de México, Distrito Federal, duración indefinida y teniendo por objeto entre otros:

A. REPRESENTAR y defender los intereses generales de la industria de radio y televisión y de las empresas que la constituyen;

B. ESTUDIAR las cuestiones que afecten a las actividades industriales de sus miembros y proveer las medidas que tiendan al desarrollo de las mismas;

d.- Con testimonio de la escritura número setenta y cinco mil sesenta y cinco, de fecha trece de marzo del año dos mil seis, ante el Licenciado Alfonso González Alonso, Titular de la Notaría número treinta y uno del Distrito Federal, actuando como suplente en el protocolo del Licenciado Miguel Alessio Robles, Titular de la Notaría número diecinueve del Distrito Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio de esta Capital, en el Folio de Personas Morales número seis mil ciento cuarenta y siete,

se hizo constar la Protocolización del Acta de Asamblea General de Miembros de la "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION", de fecha cuatro de octubre del año dos mil cinco, en la que entre otros acuerdos, se tomó el de reformar los Estatutos Sociales de la Cámara y la elección de nuevos integrantes del Consejo Directivo. -----  
e.- Con testimonio de la escritura número setenta y nueve mil seiscientos veintitrés, de fecha once de octubre del año dos mil siete, ante el mismo Notario que la anterior, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio de esta Capital, en el Folio de Personas Morales número seis mil ciento cuarenta y siete, se hizo constar la Protocolización del Acta de Asamblea General Anual de Miembros de la "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION", en la que entre otros acuerdos, se tomó el de modificar los Estatutos Sociales de la Cámara. -----

--- De los estatutos sociales antes mencionados, se desprende que la misma se denomina "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION", que tiene su domicilio en la Ciudad de México, Distrito Federal y teniendo por objeto el siguiente: -----

- A. Representar, promover y defender los intereses generales de la industria y de las empresas que la constituyen; -----
- B. Estudiar las cuestiones que afecten a las actividades industriales de sus miembros y proveer las medidas que tiendan al desarrollo de las mismas; -----
- C. Participar en la defensa de los intereses particulares de sus afiliados sin más limitaciones que las señaladas por la Ley; -----
- D. Ser órgano de consulta y colaboración de los tres niveles de gobierno para la satisfacción de las necesidades de la actividad industrial que la constituyen; -----
- E. Ejercer el derecho de petición, haciendo las representaciones necesarias ante los Poderes de la Unión, toda clase de Autoridades Federales, las de los Estados y las de los Municipios de la República y solicitar de ellas,

*Maximino García Cueto*  
*Notario No. 14*  
*México, D. F.*



47,306

№ 15499

según el caso, la expedición, modificación o derogación de las leyes y disposiciones administrativas que afecten a los afiliados; -----

F. Actuar como amigable componedor, mediador, conciliador o perito, en términos de la legislación aplicable, respecto de actos relacionados con las actividades de la Industria y sus afiliados; -----

G. Promover la Autorregulación en materia de contenido a efecto de que sus miembros transmitan programación de calidad y con los mayores estándares de excelencia y responsabilidad, dentro de los parámetros que norman la Libertad de Expresión. -----

H. Designar a las personas que deban representar los intereses de la industria, en el seno de las comisiones u organismos constituidos por el Gobierno, en cuyo funcionamiento o integración hayan de intervenir las Cámaras. -----

I. Realizar todas las demás funciones que señala la Ley y los presentes Estatutos, así como las que se deriven de la naturaleza propia de la institución; -----

J. Operar con la supervisión de la Secretaría, el Sistema de Información Empresarial Mexicano, en los términos establecidos en la Ley, su Reglamento y estos Estatutos; --

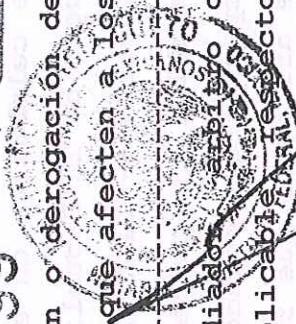
K. Prestar los servicios que se determinan en estos Estatutos y los que apruebe el Consejo Directivo. -----

L. Realizar y Promover su participación y la de sus afiliados en actividades culturales de beneficio social así como la recopilación y registro de tales acciones. -----

M. Participar con el gobierno en el diseño y divulgación de las estrategias de desarrollo de la Industria de la radio, televisión y nuevas tecnologías de punto a multipunto. ----

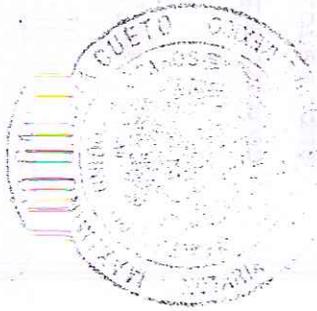
De dicho estatuto copio en su parte conducente lo que es del tenor literal siguiente: -----

"...CAPITULO VI.- DE LA ASAMBLEA.- ARTICULO 27.- La Asamblea General es el órgano supremo de la Cámara. La Asamblea General deberá celebrar al menos una sesión durante los tres primeros meses de cada año y cuando el



Consejo Directivo o en su caso la Secretaria emitan la convocatoria respectiva.- Todas las sesiones de la asamblea se celebrarán en el domicilio de la Cámara o en cualquier lugar de la República Mexicana, según lo acuerde el Consejo Directivo.- ARTICULO 28.- Para que pueda celebrarse una Asamblea en primera convocatoria, se requiere que esté representada cuando menos la mitad más uno del número total de afiliados que forman la Cámara, y las resoluciones sólo serán válidas si se toman por mayoría de votos.- ARTICULO 29.- Presidirá la Asamblea General, el Presidente del Consejo Directivo y en su ausencia el vicepresidente que corresponda en el orden de su designación. Fungirá como Secretario el del Consejo Directivo y en su ausencia el prosecretario. En ausencia de los funcionarios mencionados, presidirá la Asamblea y fungirá como Secretario de ella las personas que designe la propia Asamblea, quienes deberán ser afiliados.- ARTICULO 30.- Corresponde a la Asamblea General:- I. Revisar y aprobar, en su caso:-----  
a) EL informe de las actividades desarrolladas por el Consejo Directivo durante el año.- b) El informe financiero correspondiente al mismo período.- c) Los programas de labores y el presupuesto de ingresos y egresos del ejercicio siguiente.- II. Resolver sobre las iniciativas o ponencias que le presenten el Consejo Directivo, el Consejo Consultivo, las Delegaciones o los afiliados, tomando las decisiones que procedan. Las iniciativas o ponencias que presenten los afiliados, serán previamente dictaminadas por el Comité respectivo que designe el Consejo Directivo, hecho lo cual este último presentará a la Asamblea la o las iniciativas o ponencias y el dictamen correspondiente.- III. Designar a los miembros del Consejo Directivo.- IV. Designar entre los miembros previamente electos en cada Estado y Distrito Federal a quienes ocuparán los cargos de la directiva del Consejo Consultivo.- V. Designar a los miembros que integran los comités a que se refiere el capítulo XI de estos Estatutos.- VI. Acordar la constitución o fusión de Delegaciones de la Cámara, fijando





*Maximino García Cueto*

*Notario No. 14*

*México, D. F.*

47,306

**15499**



Los lugares en que deban establecerse y su circunscripción territorial; en los términos previstos por estos Estatutos y la Ley.- VII. Designar a las personas que hayan de representar a la Cámara en las diversas comisiones, de acuerdo con las disposiciones de estos Estatutos.- VIII. Designar a las personas que deban ser propuestas por el Consejo Directivo ante las autoridades correspondientes, para ejercer las funciones de peritos, árbitros o interventores judiciales.- IX. Designar a un Auditor Propietario. Y uno Suplente así como, a propuesta del Consejo Directivo, al auditor externo, con las facultades y obligaciones que le señalen los presentes Estatutos y la Ley.- X. Designar la comisión de actas.- XI. Aprobar anualmente la cuota que se deberá pagar a la Confederación de Cámaras Industriales para el sostenimiento de ésta, la que será determinada de acuerdo a lo que establezca la Asamblea General de la propia confederación.- XII. Verificar por medio de los escrutadores que la propia Asamblea designe al efecto, el quórum de la misma y el resultado de las votaciones que se efectúen.- XIII. Otorgar y revocar en su caso, mandato con facultades para pleitos y cobranzas, actos de administración y dominio, al Presidente, Primer Vicepresidente, Tesorero y Secretario del Consejo Directivo, el que sólo podrá ser ejercitado, actuando mancomunadamente dos de cuatro personas que ocupen dichos cargos, en el caso de actos de dominio relativos a bienes muebles; en el evento de que los actos de dominio se refieren a bienes inmuebles, se requerirá la concurrencia de las personas que ocupen dichos cargos y dicho acto requerirá acuerdo expreso del Consejo Directivo, a cuyo efecto, la sesión respectiva deberá celebrarse ante notario y protocolizarse por dicho fedatario. El mandato conferido para pleitos y cobranzas y actos de administración, podrá ser ejercitado conjunta o separadamente y contendrá facultades de sustitución, el mandato para actos de dominio, además de los requisitos señalados no podrán ser sustituidos.- XIV. Aprobar los

estatutos y sus modificaciones.- XV. Acordar la disolución y liquidación de la Cámara.- XVI. Las demás funciones que se establezcan en la ley, su reglamento y estos estatutos.- ARTICULO 31.- La Asamblea General puede delegar en el Consejo Directivo cuando lo considere conveniente, las facultades que le conceden las fracciones V, VII, VIII, XI, del artículo 30.- ARTICULO 32. - La Asamblea General se ocupará de conocer y resolver exclusivamente los puntos para la que fue convocada, según la correspondiente orden del día. - ARTICULO 33. - No podrán ser objeto de acuerdo ni resolución de una Asamblea General, más asuntos que los consignados en la convocatoria respectiva.- ARTICULO 34. - La convocatoria a una Asamblea General, contendrá el orden del día y se hará mediante tres publicaciones consecutivas en uno de los diarios de circulación nacional. La última publicación se hará cuando menos con diez días de anticipación a la fecha señalada para la asamblea, pero en la misma convocatoria se advertirá que si no se completara el quórum, se hará una segunda convocatoria para que se celebre la reunión con las personas que concurran la cual podrá celebrarse una hora después de la señalada en la primera convocatoria.- ARTICULO 35. - En la Asamblea General, cada afiliado tendrá un voto y las decisiones se tomarán por mayoría. Los afiliados podrán hacerse representar en la Asamblea por medio de apoderados, acreditados con carta poder expedida para el efecto, y en ningún caso una sola persona podrá representar a más de tres afiliados para poder participar en la asamblea con voz y voto, para ser designado a puestos de elección, el afiliado deberá tener plenitud de derechos, es decir, estar al corriente en el pago de sus cuotas de inscripción, ordinarias y extraordinarias.- Los afiliados podrá acreditar a sus apoderados del 2 de enero al 15 de septiembre y del 1° de noviembre al 31 de diciembre de cada año. No podrán acreditarse apoderados durante la celebración de la Asamblea General a que se refiere éste capítulo.- El plazo para recoger las boletas de votación,



**15499**

correrá del día 17 de septiembre al día anterior al de las elecciones, en el lugar que previamente se señale. - La boleta contendrá el distintivo de llamadas de la estación, la sección a la que están adscritos y el espacio para que el afiliado marque su voto por la planilla. - En su preferencia. - ARTICULO 36.- Cuando la votación resulte empatada, el Presidente tendrá voto de calidad. - ARTICULO 37.- Todos los acuerdos que se tomen en Asamblea General, constarán en actas que firmarán el Presidente y el Secretario de la Asamblea, así como los miembros de la Comisión de Actas. Esta Comisión se integrará con dos afiliados, que serán designados por la Asamblea. - CAPITULO VII.- DEL CONSEJO DIRECTIVO.- ARTICULO 38.- EL Consejo Directivo el órgano administrativo y ejecutivo de la Cámara y se integrará: Por 27 consejeros, que deberán ser concesionarios o afiliados o sus representantes; mismos que deberán ser electos por mayoría de votos en Asamblea General.- Los Consejeros quedarán inhabilitados para desarrollar su función en los siguientes casos: a). Cuando algún consejero acumule 4 faltas de asistencia consecutivas injustificadas, a las sesiones del Consejo Directivo.- b). Cuando algún consejero acumule más de 10 faltas de asistencia injustificadas, en el transcurso de un año, contado a partir de su nombramiento.- En estos casos, la inhabilitación operará a partir de la declaración que en tal sentido lleve a cabo el Consejo Directivo.- ARTICULO 39.- La minorías que acrediten representar por lo menos el 20% de los afiliados, tendrán derecho a nombrar un Consejero.- Las proposiciones respectivas se presentarán a la Asamblea General por los interesados o sus representantes, antes de que se proceda a la elección de Consejeros, al fin de que sean tomados en cuenta al efectuarlas.- ARTICULO 40.- Los Consejeros del Consejo Directivo serán: un Presidente, ocho Vicepresidentes, el primero de los cuales por su orden tendrá la denominación de Primer Vicepresidente y los demás solamente de Vicepresidentes, un Secretario, un Prosecretario, un



Tesorero, un Pro tesorero y 14 Vocales Consejeros.- EL Prosecretario y el Pro tesorero sustituirán al Secretario y al Tesorero en sus faltas temporales y definitivas, en cuanto a sus funciones administrativas.- ARTICULO 41.- Los Consejeros durarán en su cargo dos años y no podrán ser reelectos para el período inmediato siguiente, consecuentemente deberán dejar transcurrir, un período al menos de dos años, antes de ocupar nuevamente el mismo cargo. La renovación del Consejo Directivo será anual y se efectuará en la mitad de los Consejeros cada año según hayan sido electos en años pares o nones. Para el caso de años pares cambiarán trece Consejeros y para los años nones cambiarán catorce. Los miembros del Consejo Directivo de la Cámara y su Presidente, deberán ser de nacionalidad mexicana.- ARTICULO 42.- El Presidente, Vicepresidente y Tesorero durarán en su cargo un año y podrá ser reelectos para el mismo cargo hasta en dos ocasiones por un año más, cada una en forma consecutiva. Para poder ocupar nuevamente el mismo cargo, deberán dejar transcurrir un período al menos de tres años. El Secretario durará en su cargo un año y podrá ser reelecto cuantas veces sea necesario.- Estos cargos son personales y no podrán ejercerse por medio de representantes, además será honoríficos con excepciones del Secretario, al que el Consejo Directivo podrá fijarle una remuneración.- ARTICULO 43.- El Consejo Directivo sesionará ordinariamente cada quince días en el domicilio de la Cámara u otro domicilio aprobado previamente por éste Consejo, el día y hora que al efecto se señale, debiendo realizar su primera sesión en la misma fecha en que se reúna la Asamblea General en sesión ordinaria; además, celebrará la sesiones extraordinarias que fueren necesarias a juicio del Presidente.- ARTICULO 44.- En las sesiones de Consejo Directivo habrá quórum cuando se encuentren presentes por lo menos 14 de sus Consejeros.- ARTICULO 45.- Las resoluciones del Consejo Directivo se tomarán por mayoría de votos de los consejeros presentes. En caso de

*Maximino García Cueto*

*Notario No. 14*

13

*México, D. F.*

47,306

№15499

empate, el Presidente tendrá voto de calidad. - ARTICULO

46.- Son facultades y obligaciones del Consejo Directivo:--

- I. Eligir en la primera sesión del Consejo el cargo de Presidente y aprobar la designación de Vicepresidentes
- Tesorero y Secretario que al efecto haya propuesto el Presidente.- II. Convocar a la Asamblea en los términos que fijen los Estatutos.- III. Formular su Reglamento Interior de Trabajo.- IV. Ejecutar los acuerdos de la Asamblea General.- V. Nominar y remover al Director General, a los Directores de Área, Gerentes y demás personal; y fijarles su remuneración.- VI. Formular la lista de las personas que en representación de la Cámara deberán desempeñar las funciones de peritos, árbitros, interventores, en los términos de las disposiciones legales aplicables.- VII.- Representar a la Cámara, por medio de su Presidente o sus demás miembros y el o los afiliados, que al efecto designe ante toda clase de autoridades, instituciones organismos o particulares, otorgándoles en su caso el mandato que corresponda.- VIII. Llevar el registro actualizado de las solicitudes de inscripción de los afiliados.- IX. Llevar la contabilidad de la Cámara. - X. Someter a la asamblea general el balance anual y el estado de resultados de cada ejercicio y ponerlo a disposición de los afiliados para su consulta en las oficinas de la Cámara, con 15 días de anticipación y una vez aprobado, remitirlo a la Secretaría acompañado del dictamen del auditor externo.- XI. Rendir ante la Asamblea, informe detallado de las gestiones realizadas durante el ejercicio anterior, de éste informe se remitirá copia a la Secretaría.- XII. Presentar anualmente a la Asamblea General, el proyecto de presupuesto de ingresos y egresos para el ejercicio siguiente, y una vez aprobados remitirlos a la Secretaría.- XIII. Presentar anualmente ante la Asamblea General, el plan de trabajo que deberá desarrollar la Cámara en el siguiente ejercicio, y enviar copia del mismo a la Secretaría de Economía, una vez que éste haya sido aprobado.- XIV. Revisar y evaluar los actos y gestiones de

los funcionarios y asesores externos, en su caso.- XV. Delinear la política general de la Cámara.- XVI. Enviar a la Confederación de Cámaras Industriales el pago de la cuota en la forma en que haya sido aprobada por la Asamblea y en su caso, por el Consejo Directivo.- XVII. Permitir al representante de la Secretaría o a la persona que la misma designe, verificar la observancia de la ley, su reglamento y los Estatutos cuando lo juzgue conveniente.- XVIII.- Estudiar los problemas económicos de la Industria y proponer a la Secretaría las medidas que se estimen convenientes para el mejoramiento de los Afiliados.- XIX. Establecer museos y organizar seminarios, exposiciones, ferias y concursos comerciales e industriales.- XX. Elaborar memoria de los seminarios, las exposiciones, museos y concursos que se organicen.- XXI. Elaborar estadísticas de la Industria.- XXII. Recopilar los datos de las actividades que dentro de su rama, constituyan o tienda a constituir prácticas comerciales o industriales y legítimas, y enviarlos para su estudio y resolución a la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos y la autoridad correspondiente.- XXIII. Designar a las personas que deban representar a la industria en el seno de los organismos gubernamentales, privados o de carácter internacional.- XXIV. Instalar la Comisión Ejecutiva que tendrá por objeto, el de auxiliar al Presidente del Consejo Directivo, en las resolución de las cuestiones administrativas de las Cámara y estará formada por el Presidente, Primer Vicepresidente, el Secretario y el Tesorero.- XXV. Conocer y resolver sobre los acuerdos, informes y recomendaciones que emanen del Consejo Consultivo. Las Delegaciones, las Secciones, Comites, Comisiones y Delegaciones. - XXVI. Proporcionar la información requerida por la Secretaría y la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos.- XXVII. Ejercitar acciones, interponer juicios, formular denuncias o querellas, en defensa de los intereses generales de la Industria.- XXVIII.- Definir los servicios

*Marcelino García Cueto*

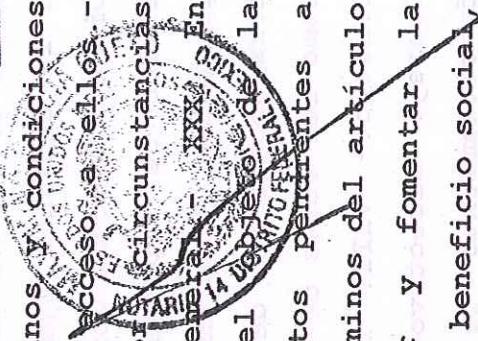
*Notario No. 14*

15

*México, D. F.*

47,306

№15499



que proporcionará la Cámara y los términos y condiciones bajo las cuales los afiliados tendrán acceso a ellos.- XXIX. Las que ocasionalmente y por circunstancias especiales le delegue una Asamblea General.- XXX. En general coadyuvar a la realización del Deberes de la Cámara.- XXXI. Realizar todos los actos pendientes a cumplir el objeto de la Cámara en los términos del artículo 11 de los Estatutos.- XXXII. Evaluar y fomentar la participación de la Cámara en acciones de beneficio social, tomando las determinaciones que mejor contribuyan al cumplimiento de la función social de la industria.- XXXIII. Representar y promover a la Cámara.- XXXIV. Determinar la sede y circunscripción de las delegaciones.- XXXV. Realizar estudios e investigaciones relacionadas con adelantos tecnológicos y con el desarrollo económico y social de la Industria.- XXXVI. Opinar ante cualquier instancia gubernamental y en específico cuando se pretenda publicar acuerdos de susceptibilidad de concesiones y otorgamiento de permisos.- XXXVII. Las demás que señalen la ley, su reglamento y los Estatutos.- ARTICULO 47 - El Consejo Directivo al inicio de su gestión, formulará su reglamento interior de trabajo, que contendrá entre otras disposiciones, la asignación de funciones a cada uno de los miembros integrantes del mismo, en concordancia con los presentes Estatutos. Es obligación del Consejo Directivo, ponerlo a disposición de los afiliados.- ARTICULO 48.- Los miembros del Consejo Directivo que incurran en graves violaciones a la Ley y a los Estatutos, que no cumplan con las funciones que les correspondan de acuerdo al Reglamento Interior de Trabajo, o realicen actividades contrarias a la industria o a la Cámara, serán removidos por la Asamblea General.- ARTICULO 49.- Corresponde al Presidente.- I. Presidir la Asamblea General y las sesiones del Consejo Directivo.- II. Llevar la representación de la Cámara en los actos oficiales en que intervengan ésta.- III. Cuidar que se cumplan los acuerdos de la Asamblea General y del Consejo Directivo.- IV. Autorizar con su firma y la del

tesorero, los gastos ordinarios y extraordinarios del Consejo Directivo.- V. Acordar y despachar con el Secretario, los asuntos ordinarios de la Cámara y convocar a la Comisión Ejecutiva.- VI. Citar a sesión al Consejo Directivo, cada vez que lo estime conveniente o necesario o cuando se imponga por disposición de la Ley o de los presentes Estatutos.- VII. Firmar con el Secretario la correspondencia de la Cámara y del Consejo Directivo, así como las actas de la Asamblea General y de la Sesiones del Consejo.- VIII. Defender y Gestionar los acuerdos del Consejo Directivo, así como los intereses y el buen funcionamiento de la Cámara así como representarla y promoverla.- IX. Proponer a los integrantes de los Comités y Comisiones.- X. Las demás atribuciones que le conceden la Ley y los presentes Estatutos.- ARTICULO 50.- El Presidente del Consejo Directivo será miembro de todos los Comités y Comisiones. Cuando asista a la sesión de uno de éstos, los presidirá de oficio.- ARTICULO 51.- Los Vicepresidentes fungirán como auxiliares del Presidente en todos los asuntos y comisiones que éste les encomiende. Los sustituirán por su orden en sus faltas temporales o definitivas, y tendrán entonces las atribuciones que corresponden al Presidente.- ARTICULO 52.- Corresponden al Secretario, las siguientes atribuciones: I. Asistir a las sesiones de la Asamblea General, así como a las reuniones del Consejo Directivo y de los comités, y vigilar la redacción de las actas correspondientes.- II. Tener bajo guarda los archivos de carácter particular o especial del Consejo Directivo.- III. Llevar correspondencia de la Cámara y del Consejo Directivo. Corresponde al Prosecretario sustituir al Secretario en sus faltas temporales o definitivas.- IV. Convocar a la Comisión Ejecutiva.- ARTICULO 53.- Corresponde al Tesorero de la Cámara: I. Tener bajo su custodia los fondos de ésta.- II. Hacer los pagos autorizados.- III. Llevar la contabilidad de la Cámara, vigilar los sistemas de administración y el destino de los recursos financieros de la Cámara.- IV.

*Maximino Garcia Cueto*

*Notario No. 14*

*México, D. F.*

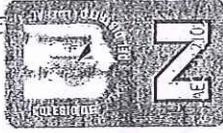
17

47,306



№15499

Proponer al Consejo Directivo la caución que deban otorgar los empleados que manejen fondos pertenecientes a la misma.- V. Rendir mensualmente al consejo un informe de los ingresos y egresos de la Cámara.- VI. Supervisar la elaboración de los estados financieros que deberán presentarse a la Asamblea General.- Son facultades del Pro tesorero sustituir al Tesorero en sus faltas temporales o definitivas. ... CAPITULO IX.- DEL CONSEJO CONSULTIVO.- ARTICULO 60.- El Consejo consultivo será de carácter nacional y se integrará por: I. 32 miembros correspondiendo uno a cada estado y uno para el Distrito Federal.- II. Los integrantes del Consejo Consultivo, deberán ser concesionarios o representantes de empresas concesionarias.- III. Para el caso de los afiliados que sean personas morales, se deberá acreditar la legal representación de las mismas. IV. A más tardar en el mes anterior al de la celebración de la Asamblea general de la Cámara que designe miembros del Consejo Consultivo, los afiliados de cada Estado y Distrito Federal deberán elegir por mayoría a quien los representará ante el Consejo Consultivo, persona que durará en su cargo dos años.- V. El representante de cada Estado o Distrito Federal no podrá ser en el momento de su elección y durante su gestión, Presidente de la Delegación de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión de dicho Estado, ni miembro del Consejo Directivo, para el caso del Distrito Federal.- VI. Los representantes, ante el Consejo Consultivo se deberán acreditar como tales ante la Asamblea General de la Cámara, quién de entre ellos, elegirá por mayoría de votos al Presidente, seis Vicepresidentes, un Tesorero y un Secretario, teniendo los demás el carácter de Vocales Consejeros.- VII. En ningún caso podrán recaer los nombramientos del Presidente, Vicepresidente o Tesorero, en la persona que represente al Distrito Federal.- ARTICULO 61.- Los miembros del Consejo Consultivo durarán en funciones dos años y pueden ser reelectos, sin embargo, el Presidente, los Vicepresidentes, Tesorero y Secretario, no



podrán ocupar a la terminación de su periodo el mismo puesto durante el siguiente ejercicio.- ARTICULO 62.- El Consejo Consultivo se reunirá en sesiones ordinarias por los menos dos veces al año, aparte de las extraordinarias que se celebrarán en las fechas que determinen sus miembros o en aquellas que señale el Consejo Directivo cuando sean convocados por esté. Una de las sesiones ordinarias cuando menos, deberá celebrarse en lugar distinto al Distrito Federal.- ARTICULO 63.- Son facultades y obligaciones del Consejo Consultivo: I. Hacer del conocimiento del Consejo Directivo sus puntos de vista sobre la política general de la Cámara.- II. Estudiar el programa de acción de la Cámara y los problemas de industria y proponer por conducto del Consejo Directivo, las medidas que estime conveniente para el mejoramiento de nuestra Industria.- III. Estudiar las consultas que se le presenten sobre la industria, para que emita opinión y la someta al Consejo Directivo para su resolución.- IV. Desempeñar las comisiones que por su importancia, le confie el Consejo Directivo.- V. Rendir ante el Consejo Directivo, en su reunión ordinaria previa a la Asamblea General, el informe de Tesorería, en cuanto al manejo del fondo destinado como presupuesto al Consejo Consultivo.- VI. Realizar sesiones de trabajo a nivel estatal o regional en la República Mexicana, cuando así lo considere conveniente.- VII. Solicitar al Consejo Directivo, que le asigne hasta el 15% (quince por ciento) de los ingresos anuales, que perciba la Cámara por concepto de cuotas ordinarias, pagadas en tiempo y forma. Los fondos serán puestos a disposición del Consejo Consultivo cuando haya sido autorizado el presupuesto.- ARTICULO 64.- Los miembros integrantes del Consejo Consultivo, no percibirán retribución alguna por el desempeño de sus funciones.- ARTICULO 65.- Los miembros del Consejo Consultivo que incurran en graves violaciones a la Ley y a los Estatutos, que no cumplan con las funciones que les correspondan o realicen actividades contrarias a la industria o a la Cámara serán removidos por la Asamblea General, misma que

*Maximino García Cueto*

*Notario No. 14*

19

*México, D. F.*

47,306

**Nº 15499**

conocerá también de la renuncia de los miembros de este Consejo... CAPITULO XI.- DEL AUDITOR DE LA CÁMARA. ARTICULO 78.- La Asamblea General elegirá un auditor propietario y un suplente, para subsistir al primero en las faltas temporales o definitivas, dicha elección se hará por el periodo de un año, pudiendo ser reelecto por un año mas en el mismo puesto. Asimismo se elegirá anualmente al Auditor Externo.- ARTICULO 79.- Son facultades obligaciones del Auditor propietario y en su caso del suplente: I. Inspeccionar cuando lo estime conveniente, los libros y documentos de carácter financiero de la Cámara, así como la existencia en caja.- II. Intervenir en la formación y revisión del Balance Anual que deberá ser presentado a la Asamblea General.- III. Informar mensualmente al Consejo Directivo sobre el estado Financiero y de Tesorería de la Cámara.- IV. Asistir con voz pero sin voto, a la sesiones del Consejo Directivo, cuando lo estime oportuno. Son obligaciones y facultades del auditor externo, revisar, dictaminar y hacer las observaciones pertinentes sobre los estados financieros de la Cámara.- CAPITULO XII.- DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.- ARTICULO 80.- El Consejo Directivo designará un Director General que será un funcionario de confianza, expensado por la Cámara.- ARTICULO 81.- Corresponderán al Director General las atribuciones que se le asignen en el poder que se le confiere. Asimismo, tendrá su cargo la dirección y vigilancia del trabajo de las Oficinas de la Cámara y en consecuencia, el personal encargado de dichas labores estará bajo su directa dependencia. Para la realización de objeto de la Cámara, existirán cuando menos las siguientes Direcciones: Ingeniería; Jurídica; Información e Investigación; Comunicación y Relaciones Públicas y Administrativa..." --- VII.- Por escritura número ciento veintisiete mil ochocientos cuarenta y siete, de fecha diez de noviembre del año dos mil ocho, ante el Licenciado Armando Gálvez Pérez Aragón, Titular de la Notaría número ciento tres del Distrito Federal y Notario del Patrimonio Inmobiliario

Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de Personas Morales en esta Capital, en el Folio número seis mil ciento cuarenta y siete, se hizo constar la Protocolización del Acta de Asamblea General de Afiliados de la "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION", en la que entre otros acuerdos, se modificaron los artículos cuarenta y uno y ciento cuatro de sus Estatutos Sociales y de dicha escritura copio en su parte conducente lo que es del tenor literal siguiente: -----

"...--- CLAUSULA... SEGUNDA.- Como consecuencia de la protocolización a que se refiere la cláusula inmediata anterior, queda:... b) Aprobada la modificación a los artículos cuarenta y uno y ciento cuatro de sus estatutos, para quedar redactados como sigue: -----

"Art. 41.- Salvo los consejeros a que se refiere el Artículo 42, los demás durarán en su cargo dos años y no podrán ser reelectos para el período inmediato siguiente, consecuentemente deberán dejar transcurrir, un período al menos de dos años, antes de ocupar nuevamente el mismo cargo. -----

--- La renovación del Consejo Directivo será anual y se efectuará en la mitad de los consejeros cada año según hayan sido electos en años pares o nones. Para el caso de años pares cambiarán trece consejeros y para los años nones cambiarán catorce. Los miembros del Consejo Directivo de la Cámara y su Presidente deberán de ser de nacionalidad mexicana..." -----

f.- Con escritura número cuarenta y siete mil trescientos dos, de fecha doce de octubre del año dos mil once, ante mí, pendiente de ser inscrita en el Registro Público de Personas Morales de esta Capital, por lo reciente de su otorgamiento, se hizo constar la Protocolización del Acta de Asamblea General Anual de Afiliados de la "CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION", en la que entre otros acuerdos se nombraron como miembros del CONSEJO DIRECTIVO, CONSEJO CONSULTIVO Y AUDITORES, para quedar integrado como sigue: -----



*Maximino García Cueto*  
*Notario No. 14* 21  
*México, D.F.*



47,306

**Nº 15499**



-----CONSEJO DIRECTIVO-----

----- PERÍODO DOS MIL DIEZ AL DOS MIL ONCE -----

DOÑA KARÉN SÁNCHEZ ABBOTT -----

DON TRISTAN CANALES NAJJAR -----

DON ANDRES MASSIEU BERLANGA -----

DON ANTONIO IBARRA FARÍÑA -----

DON FELIX ARAUJO RAMÍREZ -----

DON ARTURO LARIS RODRÍGUEZ -----

DON ROBERTO GARCÍA REQUENA -----

DON EFREN HUERTA RODRÍGUEZ -----

DOÑA MONICA GARCÍA DE LA FUENTE -----

DON FRANCISCO GONZÁLEZ ALBUERNE -----

DON CARLOS DE CARCER BALLESCA -----

DON CARLOS SALINAS VALDES -----

DON ANTONIO GALLEGOS GONZÁLEZ -----

DON FRANCISCO AGUIRRE GÓMEZ -----

DON RAÚL SANDOVAL NAVARRETE -----

DON FELIPE CHAO EVERGENYI -----

DON ALBERTO SÁENZ AZCARRAGA -----

DOÑA ADRIANA AGUIRRE GÓMEZ -----

DON LUIS MACCISE URIBE -----

DOÑA DANIELA ESCALANTE NASSAR -----

DON ANDRES GARCÍA GAMBOA -----

DON JAVIER MEDINA GUTIÉRREZ -----

DON JOSÉ ANTONIO PADILLA LONGORIA -----

DOÑA MARIANA QUIÑONES SERNA -----

DON ANDRÉS SÁNCHEZ ABBOTT -----

DON JAVIER MÉRIDA GUTIÉRREZ -----

DON ARTURO ZORRILLA IBARRA -----

-----CONSEJO CONSULTIVO-----

DON RAFAEL BORBÓN RAMOS -----

DON CARLOS FERRAEZ CENTENO -----

DON JOSÉ LUIS CHAVERO RESENDIZ -----

DON JORGE CESAR GONZÁLEZ -----

DON RICARDO ASTIAZARÁN ORCI -----

DON SIMÓN VALANCI BUZALI -----

DON JOSÉ MANUEL AGUIRRE GÓMEZ -----

DON OSCAR MORALES RÚIZ -----  
 DON JAVIER FIMBRES DURAZO -----  
 DON JOSÉ GUILLERMO LITERAS ESCALANTE -----  
 DON RICARDO LEÓN GARZA LIMÓN -----  
 DON ROBERTO ORDORICA CONSTANTINE -----  
 DON JORGE TORRES MARTÍN DEL CAMPO -----  
 DON RAFAEL FAJARDO CARRILLO -----  
 DON ERICK GARCÍA IBARRA -----  
 DON JESÚS OROZCO GODINEZ -----  
 DON FLAVIO RENE ACEVEDO -----  
 DON JORGE MONDRAGÓN -----  
 DON MANUEL JESÚS SIORDIA TORRES -----  
 DON JOSÉ ARMANDO MUÑOZ BAUTISTA -----  
 DON JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ AGUIRRE -----  
 DON GASTÓN ALEGRE LÓPEZ -----  
 DON SERGIO RAMÍREZ HERNÁNDEZ -----  
 DON HÉCTOR HUESCA HUESCA -----  
 DON BALDOMERO ZURITA MARTÍNEZ -----  
 DON GERARDO VÁZQUEZ DE SANTIAGO -----

-----A U D I T O R E S-----  
 DON JAVIER PEREZ DE ANDA ----- PROPIETARIO -----  
 DON JAIME RAMOS RIVERA ----- SUPLENTE. -----

g.- Con escritura número cuarenta y siete mil trescientos tres, de fecha doce de octubre del año dos mil siete, ante mí, pendiente de ser inscrita en el Registro Público de Personas Morales de esta Capital, por lo reciente de su otorgamiento, se hizo constar la Protocolización del Acta de Sesión Ordinaria del Consejo Directivo de la "CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISIÓN", en la que entre otros acuerdos se designó como Presidente del Consejo Directivo de dicha Sociedad, a DON TRISTÁN CANALES NÁJJAR, quien para el desempeño de su cargo gozará de todas y cada una de las facultades a que se refiere el artículo treinta, fracción trece (romano), de los Estatutos Sociales. -----  
 III.- Que por sus generales y advertido de las penas en que incurrir quienes declaran falsamente, el compareciente manifestó ser:-----



*Maximino García Cueto*  
*Notario No. 14*  
*México, D. F.*



DON TRISTÁN CANALES NÁJJAR, mexicano originario de México, Distrito Federal, lugar donde nació el día veinticuatro de mayo de mil novecientos cincuenta y cuatro, casado con domicilio en Avenida Horacio número mil trece, Colonia Polanco Reforma, en este Distrito Federal, Licenciado en Derecho.-----

IV.- Que tuve a la vista los documentos citados en esta escritura.-----

V.- Que leída, explicada e ilustrada esta escritura, su valor, términos, consecuencias y alcances legales de la misma, y haciéndole saber el derecho que tiene el compareciente de leerla por sí mismo, manifestó su conformidad y comprensión plena con ella y la firmó el día doce de octubre del año en curso mismo momento en que la autorizo.----- Doy fe.-----

Firma de don Tristán Canales Nájjar. -----

Maximino García Cueto. ----- Rúbrica. -----

El sello de autorizar. -----

Para cumplir con lo dispuesto por el artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil vigente en el Distrito Federal, a continuación se transcribe:-----

"ART. 2554.- En todos los poderes generales para pleitos y cobranzas, bastará que se diga que se otorga con todas las facultades generales y las especiales que requieran cláusula especial conforme a la Ley, para que se entiendan conferidos sin limitación alguna.-----

En los poderes generales para administrar bienes, bastará expresar que se dan con ese carácter para que el apoderado tenga toda clase de facultades administrativas.-----

En los poderes generales para ejercer actos de dominio bastará que se den con ese carácter para que el apoderado tenga todas las facultades de dueño, tanto en lo relativo a los bienes, como para hacer toda clase de gestiones a fin de defenderlos.-----

Cuando se quisieren limitar, en los tres casos antes mencionados, las facultades de los apoderados, se

consignarán las limitaciones, o los poderes serás especiales.

Los notarios insertarán este artículo en los testimonios de los poderes que otorguen.

ES PRIMER TESTIMONIO, PRIMERO EN SU ORDEN QUE SE EXPIDIZ PARA LOS APODERADOS DON MIGUEL OROZCO GÓMEZ, DON JAIME RAMOS RIVERA Y DON JUAN PEDRO ZAMORA SÁNCHEZ, EN VEINTICUATRO PÁGINAS.

MEXICO, DISTRITO FEDERAL, A TRECE DE OCTUBRE DEL AÑO DOS MIL ONCE. CORREGIDO. DOY FE.

ESP\*Evh

Handwritten signature and circular notary seal for Maximino Garcia Cueto, Notario Público, Distrito Federal, México.

MAXIMINO GARCIA CUETO, Notario Número Catorce del Distrito Federal, Hoy Ciudad de México, C E R T I F I C O: Que esta copia fotostática en doce fojas útiles, de las cuales las once primeras van selladas e inicialadas por mí es una reproducción fiel y exacta de su original, que tuve a la vista correspondiéndole el número quince mil cuatrocientos noventa y nueve del libro de registro de cotejos de esta fecha.

Ante mí Do y Fe En la Ciudad de México, México a doce de noviembre del dos mil dieciocho



Yo, Licenciado Leonardo Alfredo Beltrán Baldares, Notario Público Número Noventa y seis del Estado de México, con residencia en este municipio-

CERTIFICO

Que la presente copia fotostática en doce fojas útiles, es fiel reproducción de su original, la cual tuve a la vista y con la que concuerda exactamente en todas sus partes, lo que hago constar de conformidad con el artículo setenta y dos de la ley del Notariado del Estado de México bajo el asiento número "35,734" del libro a mi cargo a cuyo apéndice agrego un ejemplar del documento cotejado

El presente cotejo únicamente acredita la identidad del documento cotejado con el documento original exhibido, sin calificar sobre su autenticidad, validez o legalidad. Por lo mismo, no otorga ni confiere derechos adicionales a los del documento original. Ni exime del cumplimiento de obligaciones fiscales o administrativas que deriven del documento original.

Ciudad Netzahualcóyotl, México a los nueve días de Septiembre del dos mil diecinueve. Doy fe.



LIC. LEONARDO ALFREDO BELTRÁN BALDARES NOTARIO PÚBLICO NÚMERO NOVENTA Y SEIS

