

PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE EL SENADO DE LA REPÚBLICA EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR A QUE IMPLEMENTE UN PROGRAMA EMERGENTE QUE PROTEJA LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES; ASIMISMO, SUPERVISEN A LOS ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES QUE PARTICIPARÁN EN LA SÉPTIMA EDICIÓN DEL BUEN FIN 2017, A EFECTO DE INHIBIR PRÁCTICAS DESLEALES O ABUSIVAS EN CONTRA DE LOS CONSUMIDORES

Senador **DAVID MONREAL ÁVILA**, integrante del Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo en la LXIII Legislatura del Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 8 numeral 1, fracción II y 276 del Reglamento del Senado de la República, someto a consideración de esta Honorable Soberanía, proposición con Punto de Acuerdo, al tenor de las siguientes:

CONSIDERACIONES

En el año 2011 la Administración Federal en turno, en compañía con varias asociaciones privadas, iniciaron un programa que tiene como objeto fomentar hacia finales de cada año, promociones en la venta de todo tipo de productos y generar una derrama económica importante en el país; así es como surge “El Buen Fin”.

Este programa emprendido entre instituciones privadas y públicas “busca reactivar la economía fomentando el consumo, pero sobre todo mejorar la calidad de vida de todas las familias mexicanas”.¹ Durante el presente año se llevará a cabo la séptima edición del Buen Fin, del 17 al 20 de noviembre, con el mismo propósito: reactivar la economía fomentando el consumo. Sin embargo, habrá una particularidad durante esta edición, pues se suma el objetivo de impulsar a los pequeños comercios que fueron afectados por los sismos del 7 y 19 de septiembre.

Sin embargo, dicho programa ha sido comparado con el “Viernes negro”, que se realizaba en los Estados Unidos de América, pero la comparación pierde fuerza cuando

¹ “El Buen Fin”, [en línea], consultado el 3 de octubre de 2017, disponible en: <https://www.elbuenfin.org/#info>

las estrategias de ventas son distintas, por un lado, las principales acciones llevadas a cabo en México, con El Buen Fin, van dirigidas a las formas de pago, por ejemplo: mensualidades fijas o créditos. Por lo anterior cabe señalar que el programa, si bien reactiva la economía interna incentivando el consumo, no refleja un verdadero beneficio para las familias mexicanas, permitiendo que obtengan bienes duraderos, adquiridos a créditos bancarios o departamentales.

Por otro lado, es oportuno mencionar que por segundo año el Buen Fin está integrado a la Secretaría de Turismo (SECTUR), quien participará con aproximadamente 660 proveedores turísticos, el cual fue de los más afectados por los fenómenos naturales ya mencionados.

Datos de la Secretaría de Economía, dan cuenta que gracias al programa “Buen Fin”, se han incrementado hasta un 150% las ventas, de 2011 a 2016, al pasar de 39 mil 800 millones de pesos a 89 mil 600 millones de pesos; asimismo, aseguraron que el objetivo para 2017, es capturar ingresos por 100 mil millones de pesos, cifra que representa un incremento de 11.6% en comparación al año anterior.²

Es importante mencionar que las dimensiones de este programa sobrepasan por mucho a los ingresos de algunas cadenas de súper mercados; verbigracia, El Buen Fin genera ingresos más que lo vendido durante un año por el Grupo Comercial Chedraui, mientras que la cadena de tiendas de autoservicio reportó ventas por 88 mil 500 millones de pesos, el Buen Fin tuvo ganancias por 89 mil 600 millones de pesos, mil millones adicionales.³

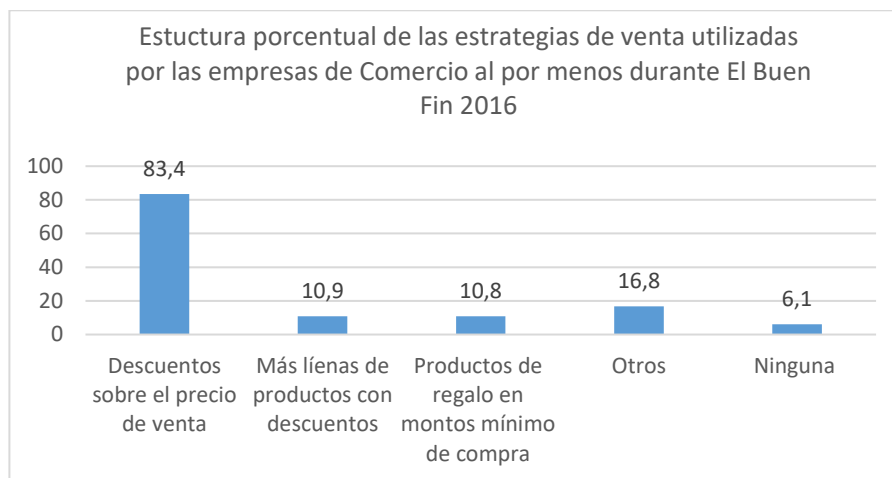
Bajo este contexto, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) a partir del año 2014 ha llevado a cabo la Encuesta sobre El Buen Fin, con el propósito de medir el impacto del programa en los sectores comerciales. De igual forma, permite verificar

² Pallares, Miguel., “Entérate ¿Qué tan exitoso ha sido El Buen Fin?”, [en línea], consultado el 3 de octubre de 2017, disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/cartera/finanzas/enterate-que-tan-exitoso-ha-sido-el-buen-fin>

³ Ídem.

de manera detallada si el programa ha beneficiado la economía del país, pero sobre todo, la economía familiar.

Dicha encuesta señala que durante El Buen Fin la principal estrategia de ventas utilizada por las empresas del sector comercial al por menor fueron los descuentos sobre el precio de los productos, que hace referencia al 83.4% de las empresas,⁴ tal como lo ilustra la siguiente gráfica:



Fuente: INEGI

En la gráfica anterior puede apreciarse de manera porcentual las distintas estrategias de ventas para ofrecer beneficios a los consumidores durante el Buen Fin, tales como: más líneas de producto con descuentos (10.9%); productos de regalo en montos mínimos de compra (10.8%); envío de los productos sin costo o más productos por el pago de menos, mejor conocido como 2x1 (16.8%).

Por otro lado, la encuesta realizada por el INEGI genera información sobre las opiniones de los empresarios alusivas a los resultados, las cuales bien vale la pena mencionar. Por ejemplo, en el sector comercio al por menor el 58.4% de los empresarios consideraron buenos los resultados de este programa, regulares el 37.1% y malos por 4.5%.⁵

⁴ “Estadísticas a propósito del... Buen Fin 2016”, INEGI, [en línea], consultado el 3 de octubre de 2017, disponible en: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/buenfin2016_0.pdf

⁵ Ídem.

Bajo este contexto de oferta y demanda, las estrategias anteriormente mencionadas conllevan, igualmente, a una vigilancia estricta de la autoridad competente para evitar abusos hacia el consumidor y proteger la economía familiar. De esta manera, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) debe actuar para proteger y promover los derechos de los consumidores, tal y como lo marca la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como la misión y visión de dicha institución.

La Ley Federal referida en su artículo 24, respecto a las atribuciones de la PROFECO, enuncia con claridad las funciones que debe llevar a cabo dicha institución:

- Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores;
- Procurar y respetar los intereses de los consumidores, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan;
- Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado;
- Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones en materia de precios y tarifas establecidos o registrados por la autoridad competente y coordinarse con otras autoridades legalmente facultadas para inspeccionar precios para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor;
- Requerir a los proveedores o a las autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores, y cuando lo considere pertinente publicar dicho requerimiento.

Así, la PROFECO está facultada para atender denuncias y quejas que puedan ser presentadas por los consumidores con motivo de publicidad engañosa, incumplimiento en las promociones, no informar de los términos y condiciones en la compra, así como no respetar el pago vía meses sin intereses.

Es una realidad que paralelo a El Buen Fin, las denuncias y quejas durante este programa han ido en aumento año tras año; la PROFECO en el 2013 recibió 81 denuncias y 7 quejas, además de atender 182 llamadas de asesoría, información, chats, correo electrónico y conciliaciones inmediatas, mientras que en 2012 se recibieron 75 denuncias.⁶

Sin embargo, para 2016 la PROFECO recibió 248 reclamaciones, por motivo de no respetar promociones, no tener precios a la vista, aplicar cargos o redondeo sin consentimiento y no entregar comprobante; además, se brindaron 3 mil 634 asesorías, lo que implica un importante crecimiento de las quejas en comparación a los años anteriores. De igual manera es importante señalar que los productos con mayor número de quejas son: ropa, calzado, teléfonos celulares, pantallas de televisión, electrodomésticos y alimentos.⁷

Por estas razones y en miras a la próxima edición del programa Buen Fin, del 17 al 20 de noviembre del año en curso, se hace la siguiente proposición de Punto de Acuerdo por el que se exhorta respetuosamente a la Procuraduría Federal del Consumidor a que promueva y proteja los derechos del consumidor, así como a que aplique las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, durante los días en que se llevará a cabo el Buen Fin.

Por lo antes expuesto, someto a consideración de esta Honorable Soberanía el siguiente:

PUNTO DE ACUERDO

⁶ “PROFECO, recibe 81 denuncias y 7 quejas durante el buen fin”, PROFECO, [en línea], consultado el 3 de octubre de 2017, disponible en: <http://www.profeco.gob.mx/prensa/prensa13/noviembre13/bol191.asp>

⁷ “Buen Fin: Profeco suma 248 reclamaciones”, El Universal, [en línea], consultado el 3 de octubre de 2017, disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/tu-cartera/2016/11/20/profeco-suma-284-reclamaciones-durante-buen-fin>

ÚNICO.- El Senado de la República exhorta respetuosamente a la Procuraduría Federal del Consumidor a que implemente un programa emergente que proteja los derechos de los consumidores; asimismo, supervisen a los establecimientos mercantiles que participarán en la séptima edición del buen fin 2017, a efecto de inhibir prácticas desleales o abusivas en contra de los consumidores.

*Dado en el Salón de Sesiones del Senado de la República a los 7 días de **noviembre** de 2017.*