

PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO, POR EL QUE LA COMISIÓN PERMANENTE DEL HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN EXHORTA AL EJECUTIVO FEDERAL, A LA SECRETARÍA DE SALUD, A LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, A QUE INVESTIGUE Y SANCIONE CON CARÁCTER PRIORITARIO LOS AUMENTOS DE PRECIOS A PRODUCTOS DE HIGIENE PERSONAL Y BIENES DE PRIMERA NECESIDAD POR LA CONTINGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL CORONAVIRUS SARS-COV-2 EN MÉXICO, PRESENTADA POR EL DIPUTADO JOSÉ ELÍAS LIXA ABIMERHI, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL.

El suscrito Diputado **José Elías Lixa Abimerhi**, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional a la LXIV Legislatura del Honorable Congreso de la Unión, con fundamento en los artículos 78, párrafo segundo, fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 116 y 122, numeral 1, de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos; 58, 59, 60 y 176 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicano, someto a la consideración de esta Soberanía el presente punto de acuerdo de urgente y obvia resolución por el que se exhorta la Procuraduría Federal del Consumidor a que investigue y sancione con carácter de prioritario os aumentos de precios a productos de higiene personal y bienes de primera necesidad por la contingencia provocada por el coronavirus SARS-COV-2 en México, con base en las siguientes

CONSIDERACIONES.

La actual crisis sanitaria provocada por la propagación del COVID-19 en territorio mexicano representa una serie de retos diversos que esta Soberanía, como representación de los intereses populares, debe atender de forma inmediata y efectiva. Una de estas complejas realidades desatadas por la pandemia, que es accesoria a la crisis sanitaria en sí misma, es la tergiversación de las reglas normales de funcionamiento de algunos mercados. No nos referimos a los mercados financieros o de capitales, sino al mercado de los productos de higiene

personal y de productos de primera necesidad, cuya demanda se ve rápidamente acelerada durante momentos de contingencia percibida por la sociedad, ya sea ante su inminencia o durante su ocurrencia, que lleva a la ciudadanía a tomar las precauciones que estiman necesarias que, en su gran mayoría, implican la adquisición de productos que pueden ser útiles para afrontar la crisis.

En la actualidad, nuestro país y el mundo enfrentan una crisis que amenaza las condiciones normales de orden público, y cuyos alcances no tienen precedente en el tiempo reciente. En el año 2019, en la región de Wuhan, China, se identificó la aparición de una nueva cepa del virus Coronavirus, denominado SARS-Cov-2, mejor conocido como COVID-19, que produce una enfermedad infecciosa cuyos síntomas incluyen fiebre, tos y dificultades respiratorias, aunque en casos excepcionales también se han reportado dolores musculares y esputo. Al momento de la presentación de la presente iniciativa, la proporción de decesos por número de casos diagnosticados asciende al 3.4% de dichos casos, rango que varía considerablemente dependiendo de la edad de los pacientes.

La forma más frecuente de transmisión entre personas, la aérea, se debió a las pequeñas gotas que se emiten al estornudar, toser o espirar. Las rutas de transmisión de persona a persona del SARS-COV-2 incluyeron transmisión directa, como tos, estornudos, transmisión por inhalación de gotas y transmisión por contacto, como el contacto con las membranas mucosas orales, nasales y oculares. Un artículo del *Imperial College* no revisado por pares afirma que la tasa de mortalidad está infraestimada, ya que no se han tenido en cuenta las infecciones asintomáticas. Ellos estimaban la mortalidad en un 8 % cuando se incluían los portadores asintomáticos y hasta un 18 % cuando solo se tenían en cuenta los pacientes sintomáticos de la provincia de Hubei.

La causa de la enfermedad fue la infección por el coronavirus-2 del síndrome respiratorio agudo grave SARS-CoV-2 que es un tipo de Orthocoronavirinae causante de la enfermedad por coronavirus (COVID-19). Inicialmente, el virus fue llamado 2019-nCoV (del inglés 2019-novel coronavirus). Fue descubierto y aislado por primera vez en Wuhan, China, tras provocar la epidemia de enfermedad por

coronavirus de 2019-2020. Parece tener un origen zoonótico, es decir, que pasó de un huésped animal (un murciélago) a uno humano.

Es importante destacar que la aparición de este fenómeno ha tenido un impacto significativo en la percepción de la ciudadanía respecto a los riesgos que este fenómeno puede representarles, y el tipo de medidas de precaución que deberán de adoptar dentro de sus hogares. A pesar de la existencia de lineamientos de seguridad sanitaria hechos públicos y comunicados a la sociedad por parte de las autoridades sanitarias, es el caso que en su mayoría cada hogar adopta criterios distintos respecto a la forma y los métodos con los que habrán de enfrentar la crisis, así como de los productos necesarios para tal efecto.

En el contexto de dicha emergencia, distintos productos se convierten en artículos con una gran demanda entre la población y que constituyen una prioridad por ser productos de primera necesidad para que las personas puedan prevenir el contagio y la propagación de la enfermedad infecciosa. Productos derivados del cloro, productos desinfectantes en diversas presentaciones como geles, líquidos y atomizadores, máscaras cubre bocas, y distintos artículos de higiene personal básica adquieren, durante este tipo de emergencias, una demanda exacerbada, que en pocas ocasiones se ve igualada por la oferta existente en condiciones normales del mercado. También, como medida de prevención, un porcentaje elevado de personas busca hacerse de provisiones para enfrentar la eventualidad, adquiriendo en grandes volúmenes artículos de primera necesidad, como papel sanitario, agua embotellada, alimentos enlatados y envasados, entre otros productos, que además por un efecto de retroalimentación positiva de la percepción ciudadana como resultado de la escases artificial de dichos productos, suelen agotarse rápidamente en los establecimientos comerciales frente a reacciones colectivas de temor por la contingencia. Esto no solo se puede decir de catástrofes de orden sanitario como la que enfrenta actualmente nuestro país, sino que dichas premisas pueden extrapolarse también a tiempos de dificultad por catástrofes climatológicas, telúricas o de cualquier otra índole que alteren gravemente y de forma temporal el orden público.

I. Especulación injustificada durante crisis sanitarias.

En economía, la especulación, consiste en la compra o venta de bienes con vistas a su posterior reventa o recompra, cuando el motivo de tal acción es la expectativa de un cambio en los precios afectados con respecto al precio dominante y no la ganancia derivada de su uso, o de algún tipo de transformación efectuada sobre estos o de la transferencia entre mercados distintos. Es decir que una operación especuladora busca no disfrutar del bien o servicio involucrado, sino obtener un beneficio de la o las fluctuaciones de su precio con base en el cambio de las condiciones del mercado en el tiempo. En sentido extenso, toda forma de inversión que conlleve un medio es especulativa; sin embargo, el término se suele aplicar a aquella inversión que no conlleva ninguna clase de compromiso con la gestión de los bienes en los que se invierte, y se limita al movimiento de capitales (mercado financiero), habitualmente en el corto o mediano plazo.

En algunos casos, los aumentos del precio debido a la compra masiva de un bien o servicio causan a su vez una mayor demanda con fines también especulativos: más gente comprará el producto esperando venderlo en poco tiempo y ganar dinero. Si las perspectivas de incremento del precio del activo se calculan al alza, y no existe intervención estatal, ante las expectativas de aumento de la demanda y un proceso de retroalimentación, los especuladores pueden restringir la oferta y aumentar los precios para maximizar su beneficio económico. Un período sostenido de compra especulativa se ve frecuentemente acompañado por un período de venta en que los precios caen de forma drástica. En muchos casos se asocia la especulación con la utilización de información privilegiada, lo cual está tipificado como delito en la mayoría de los países.

Las condiciones económicas globales, caracterizadas por una desaceleración económica pronunciada, la caída global de los precios del petróleo y el impacto económico de la pandemia ponen una presión especial sobre la economía mexicana, que había estado ya enfrentando dificultades por la falta de incentivos a la inversión y las políticas económicas implementadas recientemente. De modo que, de no haber una intervención por parte del Gobierno Federal para mitigar el impacto

de la crisis sanitaria en la economía nacional, puede esperarse una verdadera catástrofe económica que acabará con millares de empleos, provocará el cierre de comercios y resultará en una afectación que tendrá un impacto más fuerte sobre la población en una situación de mayor vulnerabilidad. El reciente anuncio de la Presidencia de la República de que no se propone adoptar un mecanismo de estímulo fiscal para soportar a la economía durante la crisis sanitaria, así como la falta de un plan específico destinado a expandir el gasto público para dar un sostenimiento al mercado mediante la inyección de recursos públicos en el sistema económico, deja ver la total indiferencia del gobierno federal con respecto a esta problemática.

II. Aumento injustificado de precios a consumidores.

Como sostiene el programa denominado “Quién es Quién en los Precios”, a cargo de la Procuraduría Federal del Consumidor, en las semanas anteriores, un paquete de máscaras cubre bocas con 10 piezas tuvo un precio promedio nacional de 23.99 pesos, siendo el más barato de 10 pesos y el más caro de 50 pesos. Similar resulta el caso del gel antibacterial de 60 mililitros, con un precio promedio nacional de 13.83 pesos, siendo la opción más mas barata de 10 pesos y la más caro de 24 pesos.

El brote de coronavirus que ha desatado una demanda mundial por mascarillas protectoras para frenar la propagación del virus, generó desabasto de máscaras cubre bocas del modelo “N95” fabricado por marcas como “3M” en algunas ferreterías del país o incrementos de hasta 13 veces en precios en sólo un par de días. El productor “3M” reconoció que debido a la situación mundial de salud provocada por el brote del coronavirus, también llamado Covid-19, la demanda global de suministros utilizados para tratar y ayudar a proteger a las personas alrededor del mundo actualmente está excediendo el suministro global.

Los precios encontrados de máscaras cubre bocas del modelo “N95” van desde los 20.45 pesos a los 264.95 pesos por mascarilla, una diferencia de hasta 13 veces del valor original de este producto.

En el sitio de ventas por internet de “The Home Depot” las mascarillas 3M N95, que son especialmente útiles para la prevención de contraer el brote, al estar diseñadas para atrapar grandes contaminantes y partículas que pueden transmitir la enfermedad, se muestran sin disponibilidad en línea. En la página de ventas de artículos por internet “Amazon México”, la caja con 20 piezas de mascarillas N95 se encuentra disponible con cinco vendedores, pero a un precio de 5 mil 299 pesos (264.95 pesos por cada una), es decir 13 veces más caro que el precio que tiene “The Home Depot”. En tanto en el diverso portal virtual de ventas denominado “Mercado Libre” se pueden encontrar dos mascarillas Tac N95, pero a un costo de 308 pesos, es decir 154 pesos por pieza.

III. Régimen Jurídico de Protección al Consumo.

En nuestro país, desde la aprobación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, existe un régimen jurídico específico, que reconoce que, ante las nuevas realidades de masificación del consumo iniciadas a finales del siglo XX y que han alcanzado nuevas dimensiones en las primeras dos décadas del siglo XXI, se ha producido una considerable asimetría respecto del poder del consumidor individual como agente de mercado para tener una influencia sobre los productores o vendedores, que ha traído como consecuencia que éstos últimos (en numerosas ocasiones grandes conglomerados corporativos internacionales) hayan desarrollado un enorme poder para influir sobre las fuerzas del mercado, lo que se traduce en un sinnúmero de abusos por su parte hacia las personas consumidoras.

Las acciones colectivas son una importante forma de proteger a los consumidores y propiciar su organización para la defensa de sus intereses puesto que les confieren un contrapeso eficaz frente al poder organizado de grandes corporaciones oferentes de bienes y servicios masivos, para exigir sean respetados sus derechos o sean resarcidos cuando haya una transgresión a los mismos, suficiente como para desincentivar abusos y malas prácticas.

En retrospectiva, la inclusión expresa del derecho a la protección y organización de los consumidores en el 28 constitucional en el año de 1983, crea dos mandatos claros: el primero, castigar monopolios y cualquier otro tipo de ventajas o privilegios

de actores del mercado; y el segundo, un mandato expreso al Congreso de la Unión, de proteger a los consumidores y propiciar su organización para crear un contrapeso real, capaz de enfrentar con éxito al enorme poder de industrias y comercios y sus cámaras o bien al Estado en su carácter de proveedor de servicios públicos.

La Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) mexicana define al consumidor como “la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios” (artículo 2o., fracción I). Esto significa que la ley considera que el sujeto principal de protección es el consumidor final, es decir, el que compra bienes o contrata la prestación de servicios para uso personal o de su familia.

De acuerdo con el artículo 10 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), los proveedores no pueden incrementar injustificadamente precios por fenómenos naturales, meteorológicos o contingencias sanitarias. De no respetar tal prohibición, la Procuraduría Federal del Consumidor impondrá una multa de 807.27 a tres millones 157,358.71, en términos del precepto 128 de la LFPC.

En momentos de contingencia y crisis, ante acontecimientos extraordinarios que amenazan la estabilidad y el curso ordinario de la vida pública en México, el Estado tiene un deber reforzado de protección frente a diversos abusos que puedan afectar los derechos de la ciudadanía. Es en momentos de catástrofe, sea natural, humana o sanitaria, que la autoridad debe adoptar una posición más fuerte para intervenir frente a los abusos cometidos por aquellas personas que se aprovechan de las circunstancias de especial vulnerabilidad de la población, así como de sus necesidades y temores, para obtener un lucro indebido, en perjuicio no solo de la economía de las familias mexicanas, sino a costa de la capacidad social de sobreponerse a la catástrofe.

Es en este contexto que esta Soberanía considera indispensable que sea la Procuraduría Federal del Consumidor, organismo público descentralizado del Gobierno Federal, quien en ejercicio de sus atribuciones atienda de forma prioritaria, haciendo ejercicio enfático de sus facultades, los abusos cometidos por

productores, proveedores y comerciantes en la venta de productos de higiene personal y bienes de primera necesidad durante la contingencia producida por la crisis sanitaria que atraviesa nuestro país y el mundo entero.

En momentos de grandes dificultades, los mexicanos y las mexicanas debemos encontrar fortaleza en la unidad, en la empatía y en la resiliencia que nos caracteriza como nación. El Gobierno de México, en sus tres Poderes, debe encargarse de garantizar que la población mexicana se sienta protegida, que sea consciente de los enormes riesgos que estaremos enfrentando en los siguientes días, y que tenga además la certeza de que no está sola en esta crisis. De forma especial, esta Soberanía tiene la obligación de velar por las personas que se encuentran en mayor situación de vulnerabilidad ante esta crisis, especialmente las personas cuyas condiciones económicas les dificultan el acceso a bienes necesarios para hacerle frente. El Estado Mexicano tiene hoy enfrente una responsabilidad histórica; la vida y la economía de miles de mexicanas y mexicanos se encuentran amenazadas. La adopción de medidas firmes y acertadas es impostergable, es por eso que realizamos este exhorto a la autoridad de protección del consumo a que haga ejercicio de sus facultades para defender los derechos de las familias mexicanas ante los intereses mezquinos que puedan buscar beneficiarse de la desgracia nacional.

Por lo anteriormente expuesto, someto a consideración de esta soberanía la presente proposición con

PUNTO DE ACUERDO

Al tenor de los siguientes resolutivos:

PRIMERO. Se exhorta a la Procuraduría Federal del Consumidor, a que conforme a lo dispuesto por el artículo 10 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y en ejercicio de las facultades de vigilancia y verificación dispuestas en el artículo 96 de la misma ley, se cerciore de forma prioritaria durante la duración de la contingencia sanitaria actual, de que los proveedores de bienes y servicios

relacionados con la prevención y mitigación de la propagación del virus Coronavirus SARS-COV-2, especialmente los productos de higiene personal como máscaras cubre bocas y productos antibacteriales en sus diversas presentaciones, así como de productos de primera necesidad, no incrementen injustificadamente precios con el objeto de obtener un lucro indebido buscando sacar provecho del temor y la necesidad exacerbada de la población, aplicando en su caso las sanciones correspondientes de conformidad con el artículo 128 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

SEGUNDO. Se exhorta a la Procuraduría Federal del Consumidor a priorizar el procesamiento de quejas y reclamaciones de las personas consumidoras relativas a abusos cometidos por proveedores y comerciantes en la venta de los productos de higiene personal como máscaras cubre bocas y productos antibacteriales en sus diversas presentaciones, así como de productos de primera necesidad, conforme a lo dispuesto por el articulado de la Sección Primera del Capítulo XIII de la Ley Federal de Protección al Consumidor, aplicando en su caso las sanciones correspondientes de conformidad con el artículo 128 de la Ley.

Dado en el salón de sesiones del Senado de la República, sede de la Comisión Permanente del Congreso de la Unión, al día 12 de mayo de 2020.



Diputado José Elías Lixa Abimerhi.