



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

Juan Israel Ramos Ruiz
DIPUTADO FEDERAL

CON PUNTO DE ACUERDO, CON EL FIN DE EXHORTAR A LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR (PROFECO), PARA QUE EN EL AMBITO DENTRO DE SUS FACULTADES CORRESPONDIENTES EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, INSTRUYA Y SUPERVISE Y EN SU CASO SANSIONE A LAS TIENDAS DE AUTOSERVICIO, DEPARTAMENTALES Y DE CONVENIENCIA (WALT-MART, SORIANA, BODEGA AURRERA, CHEDRAUI, SUPERAMA, SUMESA, LEY, SAMS, CITY CLUB, COSTCO, PALACIO DE HIERRO, SUBURBIA, LIVERPOOL, OXXO, 7 ELEVEN, HOME DEPOT, OFFICE MAX, SANBORNS, ETC,) PARA QUE EN SUS OFERTAS O PROMOCIONALES SEAN ESPECIFICOS, OBJETIVOS, CONCRETOS Y CON LETRA VISIBLE, PARA QUE LOS CONSUMIDORES NO TENGAN CONFUSIONES A LA HORA DE EFECTUAR EL PAGO DE LAS COMPRAS QUE REALIZAN, A CARGO DEL DIPUTADO JUAN ISRAEL RAMOS RUIZ, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA.

Quien suscribe diputado federal Juan Israel Ramos Ruiz integrante del Grupo Parlamentario del partido de morena de la LXIV Legislatura, con fundamento en los artículos 58 y 60 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, someto a la consideración la presente proposición con punto de acuerdo, de urgente u obvia resolución, al tenor de la siguiente:

Consideraciones

Las tiendas de autoservicio y departamentales han pasado por un proceso de transformación tanto en nuestro país como en el resto del mundo, derivado de nuevas condiciones económicas, políticas y sociales. Además de la adaptación a estos factores, estos establecimientos con el objetivo de satisfacer las demandas de los consumidores y maximizar sus beneficios han implementado nuevas herramientas mercadológicas, ofertas y promociones que permiten mantener precios atractivos, así como la integración de servicios, lo que permite a los usuarios hacer un uso más eficiente del tiempo.

Los consumidores ante esta realidad gozan de una variedad y surtido vastísimo de bienes y servicios entre los cuales escoger. Por un lado, esta situación es benéfica, ya que amplía las posibilidades de elección en torno a un amplio universo de bienes y servicios, lo que le permite escoger el que más se adecúa a sus necesidades no sólo en términos de calidad sino también de presupuesto. Sin embargo, por otro lado, demanda de parte del consumidor una necesidad de información constante y actualizada para tomar buenas decisiones de compra, ya que de lo contrario ante la variedad puede sentirse confundido y no necesariamente escoger lo que más le conviene.

Los grandes espacios en anaqueles y hasta las simpáticas edecanes contribuyen a llamar la atención de los consumidores hacia los productos y marcas que se venden en los establecimientos comerciales.



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

Juan Israel Ramos Ruiz

DIPUTADO FEDERAL

Sin embargo, una vez eliminadas las distracciones y al observar el producto que pretendes adquirir, generalmente buscas el precio, el cual debe coincidir con el que te cobrarán en caja.

Según el artículo 7 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) el proveedor está obligado a exhibir de forma notoria y visible el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezca al consumidor.

Dicho monto deberá incluir impuestos, comisiones, intereses, seguros y cualquier otro costo, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir con motivo de la adquisición o contratación respectiva, sea al contado o a crédito.

En un mercado de libre competencia las empresas y el consumidor se verán beneficiados, ya que las primeras deberán exhibir el precio en las cenefas, mientras que el segundo debe estar convencido de que ese precio es el que le cobrarán en caja.

Ya que aun cuando se colocan etiquetas en los anaqueles con descripción y precio por producto (en diversas ocasiones estos no indican las especificaciones correctas del producto, el precio, etc. O simplemente no son totalmente legibles para el consumidor), en ocasiones requieres corroborar el precio de venta de los artículos que deseas adquirir, y en caso de existir diferencias entre el precio exhibido y el que te cobran en caja, puedes reclamar, tomando en cuenta que en los departamentos de salchichonería y papelería se da con mayor frecuencia, según información de la Dirección de Investigación de Campo de Profeco.

Profeco desempeña un papel activo en la protección de los derechos de los consumidores del sector de tiendas departamentales y de autoservicios, buscando evitar que éstos sean sujetos de abusos de parte de los proveedores y además garantizando que cuenten con suficiente información respecto del costo de los productos ofrecidos por estos establecimientos para poder así tomar mejores decisiones de consumo.

En lo que se refiere al primer ámbito, el de la normatividad, la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) establece las reglas que los proveedores de este sector deben observar.

De acuerdo con el artículo 32 de la LFPC, los establecimientos no pueden hacer uso de información o publicidad engañosa para dar a conocer los productos que comercializan. En dicho artículo que "se entenderá por información o publicidad engañosa o abusiva aquella que refiere a características o información relacionada con algún bien producto o servicio que pudiendo no ser verdadero, inducen a error y confusión por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta".

En el artículo 46 apartado IV se establece lo relativo a las promociones y ofertas, las cuales se entienden como el ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los normales del establecimiento.



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

Juan Israel Ramos Ruiz
DIPUTADO FEDERAL

En el artículo 48 de la misma Ley se especifica que en las promociones y ofertas se observarán las siguientes reglas "En los anuncios respectivos deberán indicarse las condiciones, así como el plazo de duración o el volumen de los bienes o servicios ofrecidos; dicho volumen deberá acreditarse a solicitud de la autoridad. Si no se fija plazo ni volumen, se presume que son indefinidos hasta que se haga del conocimiento público la revocación de la promoción o de la oferta, de modo suficiente y por los mismos medios de difusión, y todo consumidor que reúna los requisitos respectivos tendrá derecho a la adquisición, durante el plazo previamente determinado o en tanto exista disponibilidad, de los bienes o servicios de que se trate".

En lo que se refiere al consumidor, a diferencia de otros sectores, respecto de éste puede decirse que el contacto es permanente debido al tipo de productos que se comercializan a través de él. Prácticamente todos los días, los consumidores recurrimos a alguno de los proveedores que forman parte de él para adquirir alimentos, artículos personales, para el hogar, entre otros, por lo que resulta de vital importancia garantizar que las relaciones de consumo en este ámbito sean equitativas y se cumpla con lo que establece la LFPC al respecto, para evitar así engaños y abusos que pueden dañar gravemente los derechos de los consumidores, ya que Profeco trabaja cotidianamente para ofrecer a los consumidores herramientas tales como el Programa Quién es Quién en los Precios y el Portal del Consumidor, a través de las cuales éstos pueden contar con información que les permita tomar mejores decisiones de compra.

Debemos tomar en cuenta que en el artículo 1 de la LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR en sus fracciones III, VII y X, así como en los artículos 7, 7 Bis., 9, 32, 46 y 48 que nos menciona el derecho a una información adecuada por parte de los proveedores hacia los consumidores.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

ARTÍCULO 1.- La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario

El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

- I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor...
- II. La educación y divulgación sobre el consumo...



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

Juan Israel Ramos Ruiz

DIPUTADO FEDERAL

III. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen;

IV. La efectiva prevención y reparación...

V. El acceso a los órganos administrativos...

VI. El otorgamiento de información...

VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.

VIII. La real y efectiva protección al consumidor...

IX. El respeto a los derechos...

X. La protección de los derechos de la infancia...

Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como de los que deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las costumbres y la equidad.

ARTÍCULO 7.- Todo proveedor está obligado a informar y respetar los precios, tarifas, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio, y bajo ninguna circunstancia serán negados estos bienes o servicios a persona alguna.

ARTÍCULO 7 BIS.- El proveedor está obligado a exhibir de forma notoria y visible el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezca al consumidor. Dicho monto deberá incluir impuestos, comisiones, intereses, seguros y cualquier otro costo, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir con motivo de la adquisición o contratación respectiva, sea ésta al contado o a crédito.

ARTÍCULO 9.- Los proveedores de bienes o servicios incurren en responsabilidad administrativa por los actos propios que atenten contra los derechos del consumidor y por los de sus colaboradores, subordinados y toda clase de vigilantes, guardias o personal auxiliar que les presten sus servicios, independientemente de la responsabilidad personal en que incurra el infractor.



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

Juan Israel Ramos Ruiz

DIPUTADO FEDERAL

ARTÍCULO 32. La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables 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. 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. 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 dispuesto en el párrafo anterior. 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.

ARTÍCULO 46.- Para los efectos de esta ley, se consideran promociones las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios: I. Con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro bien o servicio igual o diversos, en forma gratuita, a precio reducido o a un solo precio; LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

ARTÍCULO 48.- En las promociones y ofertas se observarán las siguientes reglas: I. En los anuncios respectivos deberán indicarse las condiciones, así como el plazo de duración o el volumen de los bienes o servicios ofrecidos; dicho volumen deberá acreditarse a solicitud de la autoridad. Si no se fija plazo ni volumen, se presume que son indefinidos hasta que se haga del conocimiento público la revocación de la promoción o de la oferta, de modo suficiente y por los mismos medios de difusión, y Fracción reformada DOF 04-02-2004 II. Todo consumidor que reúna los requisitos respectivos tendrá derecho a la adquisición, durante el plazo previamente determinado o en tanto exista disponibilidad, de los bienes o servicios de que se trate.

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

Punto de Acuerdo

Único. La Comisión Permanente exhorta a la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), para que en el ámbito dentro de sus facultades correspondientes en la Ley Federal de Protección al Consumidor, instruya y supervise y en su caso sancione a las tiendas de autoservicio, departamentales y de conveniencia (Walt-Mart, Soriana, Bodega Aurrera, Chedraui, Superama, Sumesa, Ley, Sams, City Club, Costco, Palacio de Hierro,



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

Juan Israel Ramos Ruiz
DIPUTADO FEDERAL

Suburbia, Liverpool, Oxxo, 7 Eleven, Home Depot, Office Max, Sanborns, etc.) para que en sus ofertas o promocionales sean específicos, objetivos, concretos y con letra visible, para que los consumidores no tengan confusiones a la hora de efectuar el pago de las compras que realizan.

Fuente:

<https://www.gob.mx/profeco/documentos/el-sector-de-tiendas-departamentales-y-de-autoservicio-en-mexico?state=published>

https://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/l_ifpc_ultimo_CamDip.pdf

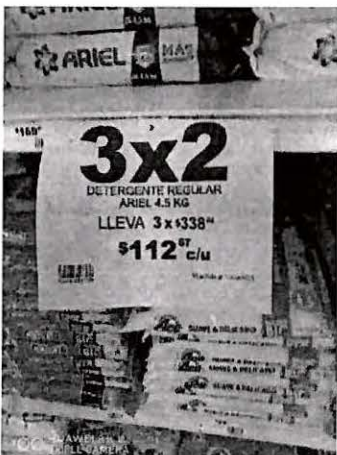
Palacio Legislativo de San Lázaro a, 28 de junio de 2021.

Diputado Federal Juan Israel Ramos Ruíz



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

Juan Israel Ramos Ruiz
DIPUTADO FEDERAL



Av. Congreso de la Unión, 66; Col. El Parque; alcaldía Venustiano Carranza; C.P. 15960 Ciudad de México;
edificio H, nivel 2; tel. 5036-0000 exts. 61706, 61629

juan.ramos@diputados.gob.mx