

Senadora Olga María del Carmen Sánchez Cordero Dávila

Presidenta de la Mesa Directiva

Cámara de Senadores

H. Congreso de la Unión

P R E S E N T E

El suscrito, **Roberto Juan Moya Clemente**, Senador de la República del Congreso General de la Unión en la LXV Legislatura, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional, con fundamento en lo dispuesto por los artículo 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; así como por los artículos 8°, fracción I, 164 numeral 1, 169, 172 y demás aplicables del Reglamento del Senado de la República, someto a consideración de esta Honorable Asamblea la siguiente Iniciativa con proyecto de Decreto por el que se REFORMA al primer párrafo del artículo 99, el primero y segundo párrafo del artículo 111 y el artículo 128; Se ADICIONAN la fracción V al artículo 2 y el artículo 6 BIS a la Ley Federal de Protección al Consumidor, al tenor de las siguientes:

C o n s i d e r a c i o n e s

Para efectos de la presente iniciativa es indispensable resaltar dos elementos:

1. La evolución del comercio electrónico ha impactado de manera favorable en el crecimiento de las empresas mexicanas. Entre 2013 y 2019 el valor del comercio electrónico se duplicó en nuestro país y la cifra fue equivalente a 1.4 billones de pesos, lo que representó el 6% del Producto Interno Bruto (PIB) en 2019.
2. Por otra parte, de acuerdo con el Banco de México (Banxico), de enero a septiembre del 2021, las compras vía comercio electrónico alcanzaron 612 millones de operaciones, lo que representa una evolución en la forma en la que los mexicanos acceden a productos y servicios.

De acuerdo con la definición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), establecida en 2001 y revisada en 2009, el comercio electrónico se define como la venta o compra de bienes o servicios a través de redes informáticas con métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos.

El crecimiento de esta actividad ha superado todo tipo de pronósticos y, en tiempos de Pandemia, se convirtió en una herramienta fundamental para la adquisición de bienes y servicios debido a las restricciones sanitarias. En la mayoría de los casos, la extraordinaria logística para entregar productos les ha permitido a millones de consumidores recibir sus compras en la comodidad de su hogar y, en la misma proporción, se ha incrementado la contratación de servicios a través de plataformas digitales, tales como boletos de avión, tickets de conciertos y servicios de hospedaje, entre otros.

Si bien es cierto, las ventas en línea están revolucionando el paradigma del comercio tradicional, también es cierto que no estamos exentos de que, en alguna adquisición de bienes o servicios, ya sea a través de medios digitales o de la manera tradicional, éstos no cumplan con las características señaladas o que la calidad no corresponde con lo que se anunciaba en la publicidad.

En estos casos, la alternativa que tenemos como consumidores para exigir la garantía del producto o el servicio adquirido, es a través de la intervención de la **Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco)**; Institución facultada para promover y garantizar la protección efectiva de los derechos del consumidor, procurando la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Asimismo, el instrumento que regula esta actividad es la **Ley Federal de Protección al Consumidor**, cuyo objetivo es el de promover y proteger los derechos y cultura del consumidor.

Debido a lo anterior y tomando en cuenta la evolución que experimenta el comercio, en donde un clic nos permite acceder a una gama infinita de productos y/o servicios de cualquier parte del mundo, la presente iniciativa plantea el uso intensivo de las herramientas digitales para dirimir las controversias existentes entre consumidores y proveedores.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) existen más de 4 millones de proveedores en México que ofrecen bienes y servicios y uno de los grandes aciertos en la gestión de la Profeco fue la creación de la Plataforma **Concilianet**; la cual es una herramienta digital en la que se pueden desahogar las diferencias entre proveedores y consumidores sin la necesidad de que las partes tengan que asistir en forma presencial a alguna oficina de la Profeco.

En este sentido, **Concilianet** ha demostrado su eficiencia en resolver conflictos y es de destacar que, en 2020 fueron radicados 11,820 expedientes de inconformidad tramitados ante Profeco, alcanzando un porcentaje de conciliación del 88.7% y recuperando un monto de cerca de 34 millones en favor de los consumidores¹.

En efecto, en una comparación del comportamiento de esta plataforma en el año 2020 en relación con el año 2019, **Concilianet** demostró su eficiencia con el incremento en el número de reclamaciones interpuestas por este medio, un aumento en el porcentaje de conciliación, así como un incremento en el porcentaje de recuperación que excedió el 100%,

¹ PROFECO, "Informe anual 2020", el documento se puede consultar en el siguiente enlace: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/659948/INFORME_ANUAL_PROFECO_2020.pdf

derivado de que en algunas quejas, además de recuperar el monto reclamado, se obtuvo una bonificación o compensación por parte de los proveedores²:

TABLA 03. ATENCIÓN EN CONCILIANET 2019 Y 2020.		
CONCILIANET	2019	2020
Quejas	7,780	11,820
% Conciliación	84.73%	88.7%
Monto reclamado	\$29,272,965.49	\$33,345,804.53
Monto recuperado	\$27,987,543.75	\$33,963,263.20
% Recuperación	95.61%	101.9%

Fuente: Sistema Integral de Información y Procesos (SIIP).

Sin embargo y pese al éxito de esta herramienta, la gran mayoría de las empresas no se encuentran afiliadas a **Concilianet**. Debido a esta situación, es importante destacar algunos datos que tienen que ver con este sector e identificar con claridad los beneficios que plantea este proyecto de Decreto.

De acuerdo con el Censo Económico 2019 (INEGI), existen más de 12 mil grandes empresas³ en México⁴. De este número, sólo se encuentran registrados 114 establecimientos ante **Concilianet**, lo cual significa que menos del 1% del total de las grandes empresas en México les ofrecen una alternativa ágil, eficiente y sencilla a los consumidores para resolver sus inconformidades⁵.

En este análisis también se identificó que sólo 25 de los 100 proveedores con más quejas ante Profeco se encuentran registrados en **Concilianet** y sorprende aún más que el 95% de las solicitudes de reclamación están vinculadas con productos y servicios de grandes empresas.

PROVEEDORES CON MÁS QUEJAS ANTE LA PROFECO				
	Nombre comercial	Empresas	Quejas (01 diciembre de 2018 al 29 de diciembre de 2021)	Registro en Concilianet
1	CFE	CFE SUMINISTRADOR DE SERVICIOS BÁSICOS	38,546	Registrada
2	WALMART SUPERAMA SAM'S CLUB BODEGA AURRERA	NUEVA WALMART DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.-	9,436	Registrada

² Ídem.

⁴ INEGI, "INEGI presenta los resultados definitivos de los censos económicos 2019", publicado el 16 DE JULIO DE 2020, el documento se puede consultar en el siguiente enlace: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/CenEconResDef2019_Nal.pdf

⁵ PROFECO, "Proveedores participantes", consultado el 26 de enero de 2022, https://concilianet.profeco.gob.mx/Concilianet/proveedores_que_concilian.jsp

	MI BODEGA BODEGA AURRERA EXPRESS			
3	LIVERPOOL	DISTRIBUIDORA LIVERPOOL, SA DE CV	5,339	No registrada
4	INTERJET	ABC AEROLINEAS, S.A. DE C.V.	4,648	No registrada
5	COPPEL	COPPEL, S.A. DE C.V.	3,432	Registrada
6	AEROMÉXICO	AEROVIAS DE MEXICO, S.A. DE C.V.	3,137	Registrada
7	MERCADO LIBRE	MERCADOLIBRE, S. DE R.L. DE C.V.	2,666	Registrada
8	AUTOFIN	AUTOFINANCIAMIENTO DE AUTOMOVILES MONTERREY, SA DE CV	2,309	No registrada
9	VIVAAEROBUS	AEROENLACES NACIONALES, SA DE CV	2,272	Registrada
10	BRDESCARD	BRDESCARD MEXICO, S DE RL	2,111	Registrada
11	GRUPO MAS	GRUPO METROPOLITANO DE AGUA Y SANEAMIENTO, SAPI DE CV	1,911	Registrada
12	GAS NATURAL DE MÉXICO / NATURGY MÉXICO	COMERCIALIZADORA METROGAS, S. A. DE C.V.	1,811	No registrada
13	ELEKTRA	ELEKTRA DEL MILENIO, SA DE CV	1,492	No registrada
14	SEARS	SEARS OPERADORA MEXICO, SA DE CV	1,597	No registrada
15	SUBURBIA	SUBURBIA, S. DE R.L. DE C.V.	1,255	Registrada
16	D'EUROPE	TABOAZAS, SA DE CV	1,350	No registrada
17	GAS NATURAL DE MÉXICO / NATURGY MÉXICO	NATURGY MÉXICO, S.A. DE C.V.	1,284	Registrada
18	ROYAL HOLIDAY	VACATION TRAVEL ADVISORY, SA DE CV	1,245	No registrada
19	DESPEGAR.COM	DESPEGAR.COM MEXICO, SA DE CV	1,300	No registrada
20	VOLARIS	CONCESIONARIA VUELA COMPAÑIA DE AVIACION, SAPI DE CV	1,203	No registrada
21	SAMSUNG	SAMSUNG ELECTRONICS MEXICO, SA DE CV	1,203	No registrada
22	PALACIO DE HIERRO	EL PALACIO DE HIERRO, SA DE CV	1,129	No registrada
23	FAMSA	FAMSA MEXICO, SA DE CV	1,063	No registrada
24	WHIRLPOOL KITCHENAID MAYTAG ACROS	WHIRLPOOL MEXICO, SA DE CV	1,013	Registrada
25	GAS NATURAL DE MÉXICO NATURGY MÉXICO	GAS NATURAL MÉXICO, S. A. DE C. V.	953	Registrada
26	ROYAL PRESTIGE MÉXICO	HY CITE MEXICO, S DE RL DE CV	878	No registrada
27	OFFICE DEPOT	OFFICE DEPOT DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	922	Registrada
28	DENTIMEX	DENTIX MEXICO HEALTH, SC	808	No registrada
29	FAMSA	AUTO GRAN CREDITO FAMSA, SA DE CV	771	No registrada
30	SUAUTO	SISTEMA UNICO DE AUTOFINANCIAMIENTO, SA DE CV	785	No registrada
31	AMAZON	SERVICIOS COMERCIALES AMAZON DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.	852	Registrada
32	SORIANA	TIENDAS SORIANA, SA DE CV	745	No registrada
33	CHEDRAUI	TIENDAS CHEDRAUI, SA DE CV	699	No registrada
34	HOME DEPOT MÉXICO	HOME DEPOT MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.	719	Registrada
35	LG	LG ELECTRONICS MEXICO, SA DE CV	669	No registrada
36	DHL	DHL EXPRESS MEXICO, SA DE CV	670	No registrada
37	CV DIRECTO	SUAVE Y FACIL, SA DE CV	677	No registrada
38	GRUPO POSADAS	GRUPO POSADAS, SAB DE CV	651	No registrada
39	CLARO	CLAROSHOP.COM, SAPI DE CV	632	No registrada

40	VIAJES BEDA	VIAJES BEDA, SA DE CV	608	No registrada
41	RAPPI	TECNOLOGIAS RAPPI, S.A.P.I. DE C.V.	596	Registrada
42	ESTAFETA	ESTAFETA MEXICANA, SA DE CV	577	No registrada
43	WHIRLPOOL KITCHENAID MAYTAG ACROS	WHIRLPOOL DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.	710	Registrada
44	ELEKTRA	ELEKTRA COM, SA DE CV	520	No registrada
45	COMERCIALIZADORA MILENIO	COMERCIALIZADORA MILENIO, SA DE CV	535	No registrada
46	LIVERPOOL	LIVERPOOL PC, SA DE CV	558	No registrada
47	EUROPIEL	EUROPIEL SINERGIA, S DE RL DE CV	512	No registrada
48	FEDEX	FEDEX DE MEXICO, S DE RL DE CV	467	No registrada
49	VOLKSWAGEN	VOLKSWAGEN LEASING, SA DE CV	447	No registrada
50	ITALIKA	COMERCIALIZADORA DE MOTOCICLETAS DE CALIDAD, SA DE CV	478	Registrada
51	SUBURBIA	SUBURBIA TD, SA DE CV	596	Registrada
52	FCY CASH YA PRESTA MAX FIRST CASH GO PRENDAMEX	FIRST CASH, S.A. DE C.V.	454	Registrada
53	MDR	MARCAS DE RENOMBRE, SA DE CV	481	No registrada
54	BEST BUY	BEST BUY STORES, S DE RL DE CV	421	No registrada
55	GENERAL MOTORS	GENERAL MOTORS DE MEXICO, S DE RL DE CV	434	No registrada
56	COMERCIALIZADORA MEXICO AMERICANA	COMERCIALIZADORA MEXICO AMERICANA, S DE RL DE CV	414	No registrada
57	DICO	MUEBLES DICO, SA DE CV	419	No registrada
58	CESAR LARRONDO DIAZ	CESAR LARRONDO DIAZ	396	No registrada
59	AMERICAN EXPRESS	AMERICAN EXPRESS COMPANY MEXICO, SA DE CV	426	No registrada
60	EUROPIEL	EUROPIEL DE MONTERREY, S DE RL DE CV	410	No registrada
61	MABE	MABE MEXICO, S DE RL DE CV	366	No registrada
62	WSLA	WARRANTY SUPPORT LATAM, SA DE CV	356	No registrada
63	UNLIMITED VACATION CLUB	CLUB DE DESCUENTOS VACACIONALES MX, S DE RL DE CV	370	No registrada
64	WOLKSWAGEN	VOLKSWAGEN DE MEXICO, SA DE CV	349	No registrada
65	CAB	COMPAÑIA DE AGUA DEL MUNICIPIO DE BOCA DEL RIO, SAPI DE CV	342	No registrada
66	AVASA/HERTZ CAR RENTAL	ALQUILADORA DE VEHICULOS AUTOMOTORES, SA DE CV	379	No registrada
67	DHC	DESARROLLOS HIDRAULICOS DE CANCUN, SA DE CV	344	No registrada
68	SANBORNS	SANBORN HERMANOS, SA	337	No registrada
69	ELEKTRA	NUEVA ELEKTRA DEL MILENIO, SA DE CV	408	No registrada
70	HISENSE	HISENSE MEXICO, S DE RL DE CV	318	No registrada
71	OXXO	CADENA COMERCIAL OXXO, SA DE CV	297	No registrada
72	SPORTS WORLD	OPERADORA Y ADMINISTRADORA SW, S.A. DE C.V.	311	Registrada
73	SMART FIT	LATAMGYM, S.A.P.I. DE C.V.	315	Registrada
74	SICREA	SISTEMA DE CREDITO AUTOMOTRIZ, SA DE CV	292	No registrada
75	AUTOFIN	AUTOFINANCIAMIENTO MEXICO, SA DE CV	295	No registrada
76	LIVE TALENT MUSIC	LIVE TALENT MUSIC, SA DE CV	267	No registrada
77	HP	COMPUTING AND PRINTING MEXICO, S DE RL DE CV	281	No registrada
78	MUSA DEL PACIFICO	MUSA DEL PACIFICO, SA DE CV	322	No registrada
79	CREDI NISSAN	NR FINANCE MEXICO, SA DE CV	303	No registrada
80	FIX IT	TECNOLOGIA SANJE, SAPI DE CV	289	No registrada
81	LENOVO	LENOVO MEXICO, S DE RL DE CV	265	No registrada
82	MUEBLES DICO	GD COMERCIALIZADORA DEL BAJIO, SA DE CV	257	No registrada

83	SUPERBOLETOS	SUPERBOLETOS MONTERREY, SA DE CV	290	No registrada
84	EMPEÑO FÁCIL	EZPAWN MANAGEMENT MÉXICO, S. DE R.L.	250	Registrada
85	CONSTRUYENDO PARA TI EN EL SURESTE MEXICANO	CONSTRUYENDO PARA TI EN EL SURESTE MEXICANO, SA DE CV	276	No registrada
86	GRUPO VIDANTA	DESARROLLO MARINA VALLARTA, SA DE CV	241	No registrada
87	FORD	CONAUTO, SA DE CV	241	No registrada
88	NISSAN	NISSAN MEXICANA, SA DE CV	241	No registrada
89	MABE	MABE, SA DE CV	262	No registrada
90	D'EUROPE	DIVERSIDAD PARA EL HOGAR, SA DE CV	233	No registrada
91	GALA	GALA DISEÑO EN MUEBLES, SA DE CV	231	No registrada
92	DEPORTES MARTÍ	DEPORTES MARTÍ, S.A. DE C.V.	220	Registrada
93	SUNSET WORLD	DESARROLLADORA SUNSET DE OCCIDENTE, SA DE CV	205	No registrada
94	TOYOTA	TOYOTA FINANCIAL SERVICES MEXICO, SA DE CV	211	No registrada
95	EXPEDIA MEXICO, S DE RL DE CV	EXPEDIA MEXICO, S DE RL DE CV	233	No registrada
96	MOTOS DINAMO	DISTRIBUIDORA NACIONAL DE MOTOCICLETAS, SA DE CV	209	No registrada
97	REDPACK	REDPACK, S.A DE C.V.	216	Registrada
98	ADEUDOS VENCIDOS	ADEUDOS VENCIDOS, SA DE CV	202	No registrada
99	ADT	ADT PRIVATE SECURITY SERVICES DE MEXICO, SA DE CV	210	No registrada
100	APPLE	APPLE OPERATIONS MEXICO, SA DE CV	201	No registrada

De acuerdo con el listado anterior, los 100 proveedores con más reclamaciones ante Profeco acumulan más de 125 mil quejas, de las cuales la Comisión Federal de Electricidad (CFE) es la empresa con el mayor número.

En efecto, la CFE representa el 30% del total de las quejas interpuestas ante la autoridad administrativa y que esta empresa mexicana se encuentre registrada en **Concilianet**, es un ejemplo de buenas prácticas en la atención de inconformidades a través de medios digitales, ya que, mediante un procedimiento virtual, eficiente y abreviado, además de empoderar al consumidor, en muchos casos se han logrado resolver las inconformidades de los consumidores de dicho servicio. Evitando con ello que el consumidor salga de casa o invierta tiempo y dinero en el traslado a una oficina de gobierno a tramitar su inconformidad. Situación que no ocurre con todas las grandes empresas.

Derivado de lo anterior y considerando las características del servicio que ofrece la CFE a la población y que éste constituye un elemento insustituible para la vida y las actividades en el hogar, si excluimos los registros de la CFE de nuestro análisis, bajo el argumento de que es la única empresa que provee un servicio, por mandato de ley, a más de 126 millones de mexicanos, es lógico que acumule un número de reclamaciones superior al de cualquier empresa.

En razón de este criterio, de las 87 mil reclamaciones interpuestas vinculadas a los 99 proveedores de bienes y servicios que más quejas tienen ante Profeco, **7 de cada 10**

reclamaciones ante la Profeco corresponden a empresas NO registrados en la plataforma de Concilianet.

Este dato es el de mayor trascendencia en esta investigación, lo cual es indicativo de que las empresas no encuentran la certeza suficiente en este mecanismo para atender las demandas de los consumidores y, por otra parte, también hay que decirlo, la evidencia confirma que no existe interés por parte de las empresas en formar parte de una plataforma que tiene como propósito fundamental facilitar la resolución de controversias en un formato sencillo y que no represente ningún costo para los consumidores.

Con base en esta información, conmino a mis compañeros legisladores a reflexionar en las bondades de reformar la **Ley Federal de Protección al Consumidor** para establecer la obligación de las grandes empresas (quienes tienen el mayor número de reclamaciones ante Profeco), de registrarse en la plataforma digital **Concilianet**, y que en un ambiente digital, de manera preponderante, se resuelvan en primera instancia las inconformidades de los consumidores.

Experiencia internacional

A nivel comparado, un gran logro de la instrumentación de la Profeco es que es de las pocas instituciones a nivel internacional con facultades de conciliación, tal como se observa en la siguiente tabla⁶:

PAIS	AUTORIDAD CONJUNTA	AUTORIDAD EN MATERIA DE COMPETENCIA	FUNCIONES EN MATERIA DE COMPETENCIA	AUTORIDAD EN MATERIA DEL CONSUMIDOR	FUNCIONES EN MATERIA DE CONSUMIDORES	OBSERVACIONES
ESTADOS UNIDOS	Sí	Buró de Competencia de la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission)	Evita fusiones anticompetitivas, conductas monopolísticas y barreras comerciales.	Buró de Protección al Consumidor de la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission)	Prácticas publicitarias, Educación a negocios y consumidores, Prácticas comerciales y Protección de la identidad y privacidad de los Consumidores.	
CANADA	No	Buró de Competencia (Competition Bureau)	Fijación de precios, Engaños de promociones, Abuso de posición dominante, Ventas de exclusividad, Fusiones,	Oficina para los Consumidores dependiente del Departamento de la Industria	Educación a consumidores, Formulación de políticas Públicas transversales en beneficio del consumidor	La OCA es una institución de fomento e investigación. La defensa se llevan en las cortes locales.

⁶ Central Ciudadano y Consumidor, “Políticas de competencia y protección al consumidor: Hacia una convergencia necesaria”, publicado en septiembre del 2013, el documento se puede consultar en el siguiente enlace: https://www.senado.gob.mx/comisiones/comercio_fomento/reu/docs/presentacion_140316_CIDAC.pdf

			Publicidad engañosa	(Office of Consumer Affairs, OCA)		
INGALTEIRA	No	Comisión de Competencia (Competition Commission, CC) Oficina de Comercio Justo (Office of Fair Trading, OFT)	Investigaciones en casos de defusiones, mercado y regulación en industrias reguladas.	Oficina de Comercio Justo (Office of Fair Trading, OFT)	Fomento a buenas prácticas, Estudio de mercado, Combate a prácticas ilegales, Información al consumidor, Aplicación de la ley.	La OFT tiene facultades concurrentes con la CC y ésta actúa en referencia a la primera. Durante 2012 se hizo una reforma que fusiona ambas. La OFT será la única autoridad en ambas materias.
AUSTRALIA	Sí	Comisión Australiana de Competencia y Consumidor. (Australian Competition and Consumer Commission)	Acuerdos anticompetitivos, Cárteles, Ventas exclusivas, Precios mínimos de reventa, Precios predatorios, Negativa de venta, Mal uso de poder en el mercado	Comisión Australiana de Competencia y Consumidor. (Australian Competition and Consumer Commission)	Seguridad de productos, contratos, publicidad engañosa, Fraudes, Comercio en línea, Precios de combustibles	La Comisión también se encarga de Mercados regulados
FRANCIA	Sí	Dirección General de Competencia, Consumo y Combate a Fraudes (DGCCRF), Dependiente del Ministerio de Economía y Finanzas	Observatorio de precios, Relaciones comerciales, prácticas monopólicas, Concentraciones, Contrabando	Dirección General de Competencia, Consumo y Combate a Fraudes (DGCCRF), Dependiente del Ministerio de Economía y Finanzas	Reclamaciones de consumidores, Etiquetado de productos, Publicidad engañosa, Seguridad de Productos	
COLOMBIA	Sí	Delegatura para la Protección de la Competencia dependiente de la Superintendencia de Industria y Comercio	Elaborar estudios económicos, Diseñar las políticas públicas de competencia, Investigaciones de Competencia Desleal, acuerdos empresariales anticompetitivos, Abuso de posición de dominancia	Delegatura para la Protección al Consumidor dependiente de la Superintendencia de Industria y Comercio	Garantías, contratos, seguridad de producto, educación a consumidores, Publicidad engañosa	La Superintendencia es la encargada de vigilar la protección de datos personales y las regulaciones técnicas y de metrología
PERU	Sí	Comisión de la Defensa de la Libre Competencia (dependiente del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual)	Competencia desleal, dumping y subsidios, desregulación de gobierno, procedimientos concursales	Comisión de la Defensa del Consumidor (dependiente del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual)	Información al consumidor, conciliación, arbitraje, infracciones a la ley, publicidad engañosa	El Indecopi es el encargado de proteger la propiedad intelectual y combatir la piratería.
PANAMÁ	Sí	Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (Órgano descentralizado adscrito al Ministerio de Comercio e Industria)	Prácticas monopólicas, Concentraciones económicas, Transacciones, Investigación del mercado	Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (Órgano descentralizado adscrito al Ministerio de Comercio e Industria)	Educación al consumidor, Publicidad Engañosa, Conciliación, Verificación en Metrología	
NUEVA ZELANDA	No	Comisión de Comercio (Commerce Commission)	Promoción de la competencia, prohibición de conductas desleales en	Ministerio del Consumidor (Ministry of Consumer Affairs)	Información al consumidor, y a las empresas, Seguridad	En el caso de la Comisión de Comercio se encarga de la normatividad de

			el mercado, mercados regulados		de Productos, Metrología.	mercados regulados. El MCA es una instancia de información y política pública.
* Datos obtenidos de los portales institucionales de las autoridades de competencia económica y protección al consumidor de cada país						

Esta iniciativa tiene su origen en las mejores prácticas internacionales y recomendaciones para una mejor protección al consumidor. En efecto, el 9 de abril de 1985 la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó por unanimidad las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. Estas directrices son un conjunto internacionalmente reconocido de objetivos mínimos de protección al consumidor que paulatinamente se han incorporado al derecho interno de muchos países; sus principios rectores son la eficiencia económica, la justicia distributiva y el derecho al desarrollo⁷:

- a) Eficiencia económica: la eficiencia económica es un requisito previo para el funcionamiento óptimo de todos los sistemas y esta se logra cuando la oferta y la demanda tienen el mismo poder. Para lograr esto, debe haber competencia leal, información completa, seguridad en los productos e indemnización a los consumidores en caso de defectos en sus productos o servicios. No es posible concebir una economía sin regulación sin que existan abusos, por lo que es deber de Estado poner reglas claras en las relaciones entre particulares y cuidar su cumplimiento. Estas normas especialmente protegen a aquellas personas que se encuentran dentro de una situación de vulnerabilidad como los niños, las personas de escasos recursos, las personas que no saben leer ni escribir y aquellas personas con capacidades diferentes que, por su condición, se les dificulta aún más exigir el cumplimiento de sus derechos.

- b) Justicia distributiva: la redistribución de la riqueza también se encuentra relacionado con la protección al consumidor. En efecto, uno de los objetivos de las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor es promover un desarrollo económico y social justo, equitativo y sostenible. De acuerdo con el mencionado documento, una de las ventajas de la protección al consumidor es que se centra en los gastos de las personas de escasos recursos pues, de hecho, estas personas a menudo reciben servicios en condiciones inferiores a más altos costos que otras personas⁸. Así, en 1968, la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América documentó que las familias de ingresos bajos pagan más por los

⁷ UNCTAD, “Manual sobre protección del consumidor”, publicado en el 2017, el documento se puede consultar en el siguiente enlace: https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplp2017d1_es.pdf

⁸ ONU, “Directrices para la Protección del Consumidor”, publicadas en el 2016, el documento se puede consultar en el siguiente enlace: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf

mismos productos que otras personas; a la misma conclusión llegó el sociólogo David Caplovitz en su libro *“The Poor Pay More”* y Alan Adreassen en su obra *“Disadvantaged Consumer”*⁹.

- c) Derecho al desarrollo: los objetivos de Desarrollo Sostenible en la resolución 70/186 de la Asamblea General, de diciembre de 2015, por la que se aprobó la versión revisada de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, evidencian que el desarrollo económico y la protección al consumidor son complementarios¹⁰.

Los marcos de protección al consumidor comprenden mecanismos institucionales que no coarten indebidamente la libertad de las empresas ni la libertad de decisión de los consumidores, pero que aseguren transacciones justas y mecanismos de compensación adecuados. En este sentido, la OCDE señaló que las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas relacionadas con transacciones entre proveedores y consumidores generan daños significativos al consumidor debilitan la integridad de los mercados nacionales y globales en detrimento de todos los proveedores y consumidores, y deterioran la confianza del consumidor en esos mercados¹¹. Para evitar las prácticas fraudulentas, se recomienda a los países que implementen:

- a) Medidas efectivas, del tipo y grado adecuado para disuadir a los proveedores y a los individuos de incurrir en prácticas comerciales fraudulentas y engañosas.
- b) Mecanismos efectivos para, de manera adecuada, investigar, conservar, obtener y compartir información relevante y evidencia relacionadas con prácticas comerciales fraudulentas y engañosas.
- c) Mecanismos efectivos para frenar a los proveedores e individuos que realizan prácticas comerciales fraudulentas y engañosas.
- d) Mecanismos efectivos que permitan resarcir el daño causado a los consumidores víctimas de prácticas comerciales fraudulentas y engañosas.

Es decir, no sólo debe haber leyes punitivas que castiguen las prácticas fraudulentas, sino que debe haber leyes orientadas a la prevención de dichas prácticas, por lo que Concilianet funciona como mecanismo de solución de controversias, pero también como una plataforma de empoderamiento del consumidor.

⁹ Adreassen A. R., 1975, *The Disadvantaged Consumer* (The Free Press); D. Caplovitz, 1963, *The Poor Pay More*.

¹⁰ Asamblea General de las Naciones Unidas, 2015, op. cit., A/RES/70/186.

¹¹ OCDE, “Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas”, publicado el 11 de junio de 2003, el documento se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.oecd.org/sti/consumer/34012151.pdf>

Concilianet funciona como una plataforma de resolución de controversias eficiente; lo cual cumple con las recomendaciones de organismos internacionales. En efecto, la OCDE urge a los países a implementar mecanismos de reparación del daño que sean efectivos; es decir, que cumplan con su cometido que es la reparación del daño, que sea gratuito, rápido y fácil de usar¹². En este punto, la ONU señala que son mecanismos de compensación adecuados aquellos que son asequibles, accesibles e independientes y brindar reparación sin demora a los consumidores lesionados, ya sea a través de la conciliación, mediación o arbitraje. La importancia de los mecanismos de compensación adecuados son los siguientes¹³:

- a) Se debe resarcir al consumidor cuando los bienes o servicios no cumplen con la normativa, se negocian condiciones abusivas, se incumple con el contrato o se causa un perjuicio.
- b) El incumplimiento deriva en una práctica comercial desleal que podrían frenar la actividad económica al generar desconfianza en los proveedores y en las instituciones que regulan el mercado.
- c) Lucrar con operaciones fraudulentas es un delito, el hecho de que no se castiguen las prácticas abusivas implica que se encubren delitos de fraude.
- d) En caso de que no haya mecanismos de compensación, jamás habrá condiciones justas de mercado, pues las distorsiones en el mercado estarán generadas por condiciones inequitativas, trato abusivo y falta de igualdad en condiciones de competitividad.
- e) La prestación deficiente de un servicio o la venta de un producto defectuoso tiene invariablemente daños que van más allá de los económicos.

Es claro que la plataforma Concilianet, cuyo registro se propone obligatorio para las grandes empresas, sirve como medio de resarcimiento cuando no se cumple con la normativa o se cometen prácticas desleales de comercio.

La plataforma es gratuita, rápida, eficaz e implica pocas molestias al consumidor, lo cual se ha demostrado a través de los resultados que arroja. En este orden de ideas, es necesario que se regule el uso de la plataforma y que la afiliación a las grandes empresas sea obligatoria, para dar seguridad jurídica a las partes en el procedimiento conciliatorio, y para hacer de los derechos del consumidor una realidad a través de mecanismos que hagan exigibles el respeto de esos derechos.

¹² OCDE, “Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas”, publicado el 11 de junio de 2003, el documento se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.oecd.org/sti/consumer/34012151.pdf>

¹³ UNCTAD, “Manual sobre protección del consumidor”, publicado en el 2017, el documento se puede consultar en el siguiente enlace: https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplp2017d1_es.pdf

Solución de controversias en línea.

De acuerdo con los procedimientos de conciliación llevados ante las Unidades Administrativas de la Profeco existen varios tipos de conciliación:

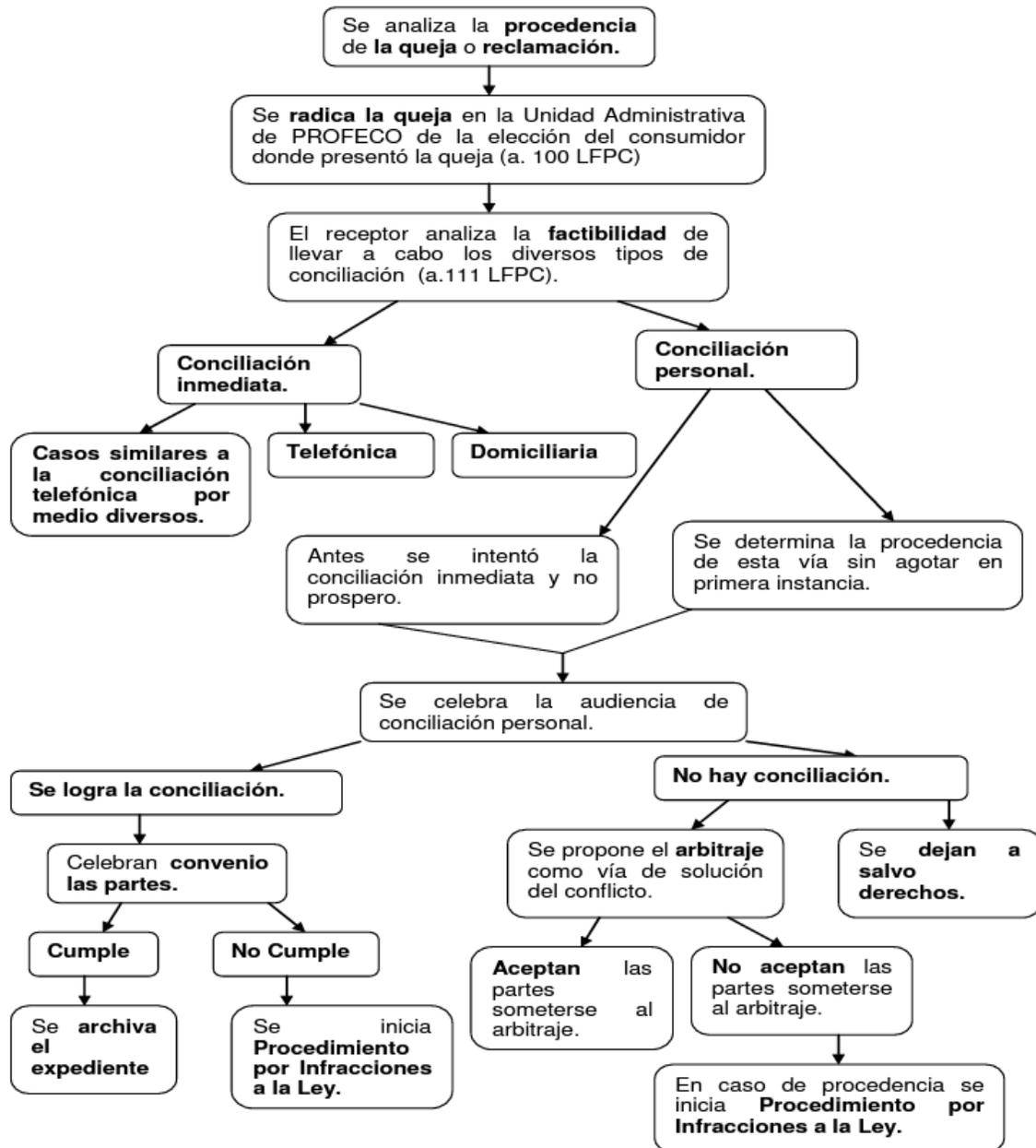
- a) Conciliación inmediata¹⁴, la cual a su vez se divide en:
 - Conciliación telefónica
 - Conciliación domiciliaria.
 - Conciliación por internet.
- b) Conciliación personal¹⁵.
- c) Conciliación de residentes en el extranjero.

El procedimiento de conciliación se encuentra regulado en la Sección Segunda de la Ley, el cual se detalla en el siguiente diagrama de flujo¹⁶:

¹⁴ Artículo 111 de la Ley.

¹⁵ Artículo 111 y 112 de la Ley.

¹⁶ PROFECO, "Guía de conciliación personal", publicado en febrero de 2006, el documento se puede consultar en el siguiente enlace:
https://www.profeco.gob.mx/juridico/Documentos/SSC/Normatividad_Tomoll/GU%C3%8DA%20DE%20LA%20CONCILIACION%20PERSONAL8.pdf



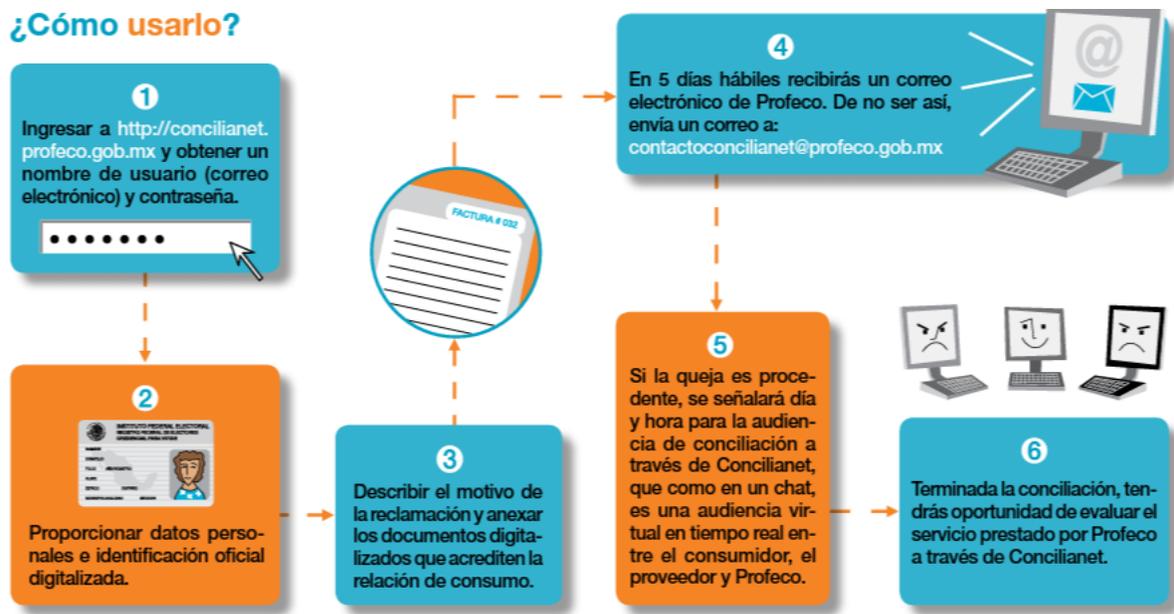
Para profundizar en los beneficios entre interponer una queja vía tradicional respecto a procesarla a través de **Concilianet**, observemos lo siguiente:

- a. En la vía tradicional resulta más caro, debido a que el consumidor tiene que trasladarse a las oficinas de la Profeco para levantar su queja de manera presencial. Por el contrario, en **Concilianet** las quejas se pueden presentar por internet, en cualquier lugar del mundo.
- b. En la vía tradicional es más tardado, debido a que el consumidor sólo puede interponer su queja en días y horas hábiles, por lo que podría retrasar la interposición de la Queja o, incluso peor, desistir de levantar la queja. Por el contrario, una queja en **Concilianet** se

puede levantar los 365 días del año las 24 horas del día, con un tiempo de resolución promedio de 35 días¹⁷.

- c. Los Proveedores que no se encuentran registrados en **Concilianet** impactan negativamente en la decisión de los consumidores que no se encuentran satisfechos con la calidad del producto o servicio adquirido, ya que, en el caso de alguna inconformidad, los gastos e inconvenientes asociados a levantar una queja presencial desincentivan a los consumidores y la empresa puede librarse de muchos procedimientos en los que tendría que cumplir con algún tipo de penalización.
- d. Existen condiciones inequitativas en contra de los proveedores que se encuentran registrados en **Concilianet** en relación con aquellos que no se encuentran registrados.

A pesar de que no existe un procedimiento formal bajo el cual se rija Concilianet, en la práctica se ha implementado un mecanismo que ha sorprendido por sus resultados en la atención de las reclamaciones a través de internet:¹⁸:



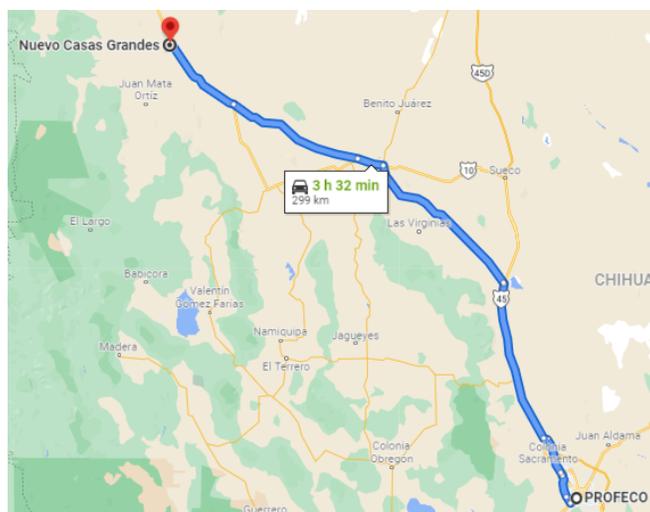
Abundando en las complicaciones del procedimiento tradicional y tomando como referencia la consulta en fecha 18 de noviembre del 2021, se identificó que en nuestro país existen **38 Oficinas de Defensa del Consumidor**; 3 de ellas se encuentran en la Ciudad de

¹⁷ Profeco, Conciliación a través de medios electrónicos, 30 de agosto del 2012. Consultado el 29 de noviembre de 2021. Recuperado de: http://2006-2012.economia.gob.mx/files/transparencia/informe-APF/sectorial/PROFECO/md_concilianet_profeco.pdf

¹⁸ PROFECO, “Concilianet”, publicado en noviembre de 2008, el documento puede consultarse en el siguiente enlace: <https://concilianet.profeco.gob.mx/Concilianet/archivos/diptico.pdf>

México y 3 en el Estado de México; y existe una oficina en promedio por cada una de las restantes Entidades Federativas. Lo anterior desafortunadamente dificulta el acceso a mecanismos de compensación a través de un procedimiento de conciliación contra un proveedor no registrado en **Concilianet**, pues se obliga al Consumidor a trasladarse a la única Oficina de Defensa del Consumidor que se encuentra dentro de la entidad federativa en donde radica.¹⁹

Por citar un ejemplo, una persona que vive en el municipio de Nuevo Casas Grandes, en Chihuahua, tendría que trasladarse en vehículo más de 3 horas y media a la oficina de la Profeco más cercana para interponer su reclamación. Por si fuera poco, la reclamación tendría que interponerla en horario laboral (8:30 a.m. a las 15:00 horas).



Bajo estas condiciones, no es extraño suponer que, de existir inconformidad en la adquisición de bienes o servicios, difícilmente una persona invertirá tiempo y recursos en interponer una reclamación ante la Procuraduría. El hecho de que no sea obligatorio el registro a Concilianet por parte de los proveedores hace que se generen incentivos perversos para que el consumidor decida no iniciar una reclamación en contra del proveedor por los costos que implica realizar una reclamación vía presencial.

A partir de lo anterior, la reforma que se plantea en este proyecto tiene como finalidad empoderar al consumidor y resolver de raíz un problema que, en cierta forma, ha lastimado

¹⁹ PROFECO, “Oficinas de Defensa del Consumidor”, actualizado al 10 de noviembre de 2021, el documento se puede consultar en el siguiente enlace: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/682540/OFICINAS_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf (<https://de.sre.gob.mx/capacidades/objetivos-de-desarrollo-sostenible/trabajo-decente-y-crecimiento-econ%C3%B3mico/profeco/plataforma-de-solucion-de-controversias-en-linea-concilianet>)

la economía familiar y que urge al Congreso de la Unión tomar cartas en el asunto, considerando el vertiginoso crecimiento del comercio a través del uso intensivo de las tecnologías de la información y comunicación.

Ahora bien, es importante señalar que el procedimiento de conciliación a través de la plataforma **Concilianet** encuentra su base en el artículo 99 de la Ley, al establecer que la Procuraduría recibirá las quejas o reclamaciones de los consumidores de manera individual o grupal con base en esta ley, las cuales podrán presentarse en forma escrita, oral, telefónica, electrónica o por cualquier otro medio y es en este punto en donde se puede advertir dos problemas jurídicos: en primer lugar, esta figura no se encuentra regulada expresamente por la ley; y, en segundo, no existe una obligación legal para que las grandes empresas se afilien a **Concilianet** a pesar de las ventajas que esta plataforma ofrece.

Esas lagunas jurídicas hacen que la forma en la que está planteado este mecanismo de conciliación digital no ofrezca garantías suficientes a las empresas para incorporarse a **Concilianet**, por lo que más allá de satanizar a las empresas que no forman parte de esta plataforma, se busca que a través de esta reforma incrementemos la certidumbre jurídica tanto para Consumidores como para Proveedores y robustecer jurídicamente la solución de diferencias a través de medios digitales.

A partir de lo anterior, propongo que aquellas empresas consideradas como “grandes”, de acuerdo con la estratificación por número de trabajadores, establecida en la **Ley para el desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa**²⁰, deberán inscribirse en la plataforma de **Concilianet para dirimir las controversias con los consumidores**. Lo anterior a efecto de que los procedimientos de resolución de controversias tengan un procedimiento certero y homologado con las otras alternativas de solución.

Necesidad de reformar y regular la plataforma Concilianet.

²⁰ La clasificación del tamaño de la empresa se da por el sector al que pertenece y por el número de empleados que tiene, de acuerdo con el artículo tercero de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa:

Estratificación por Número de Trabajadores			
Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

A pesar de los beneficios de **Concilianet** y de su eficiencia en resolución de disputas entre proveedores y consumidores, la plataforma se encuentra ante dos problemas coyunturales: el procedimiento de la plataforma no se encuentra regulado en la ley y la incorporación de las empresas a dicha plataforma **en la actualidad es voluntario**. Adicionalmente, se generan distorsiones en el mercado en contra de las empresas que sí se encuentran inscritas, pues existe una ventaja desleal en favor de aquellas empresas que no se encuentran inscritas en **Concilianet** al no asumir completamente los costos de la deficiencia en sus productos o servicios.

Como ya se mencionó, para que los consumidores puedan llevar a cabo su procedimiento de conciliación a través de la plataforma **Concilianet**, los proveedores deben celebrar un convenio de colaboración con la Profeco y acatar las “*Disposiciones de uso*” que contiene las reglas de operación de la plataforma, las condiciones a las que estará sujeto el proveedor, así como disposiciones de carácter general en el uso de la plataforma²¹; no obstante, como ya se mencionó sólo 25 de las 100 empresas con el mayor número de quejas ante Profeco **se encuentran inscritos en Concilianet**.

Y como también se ha referido anteriormente, la falta de inscripciones puede asociarse a desincentivar la interposición de reclamaciones, esperar la prescripción de derechos del consumidor e incidir en el abandono del procedimiento al tener que acudir el consumidor a Unidades de Atención de la Profeco a darle seguimiento a su reclamación.

En conclusión, es contundente el éxito y grado de eficiencia en la atención de las inconformidades a través de **Concilianet**, por lo que la aprobación de esta reforma redituará en una atención expedita de las inconformidades de los consumidores y de manera general favoreceremos desde el Congreso que las empresas acentúen el cumplimiento de los estándares de la calidad de productos y servicios que se ofrecen al público en general.

En la inteligencia de que la aprobación de este Decreto asegurará beneficios inmediatos en las relaciones entre consumidores y proveedores, también podemos inferir que, con esta reforma robusteceremos el derecho que tenemos todos los mexicanos de exigir el cumplimiento de las especificaciones y estándares de calidad que motivaron nuestras compras, ya sea en línea o en la forma tradicional.

Debido a todo lo anterior, se somete a la Consideración de la Asamblea, el siguiente proyecto:

²¹ PROFECO, “Disposiciones de uso”, actualizadas en mayo de 2012, el documento íntegro se puede consultar en el siguiente enlace: https://concilianet.profeco.gob.mx/Concilianet/archivos/Disposiciones_de_Uso_Proveedores.pdf

Decreto por el que se REFORMA el primer párrafo del artículo 99, el primero y segundo párrafo del artículo 111 y el artículo 128; Se ADICIONA la fracción V al artículo 2 y el artículo 6 BIS a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Artículo Único: REFORMA el primer párrafo del artículo 99, el primero y segundo párrafo del artículo 111 y el artículo 128; Se ADICIONA la fracción V al artículo 2 y el artículo 6 BIS a la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 2.- Para los efectos de esta ley, se entiende por:

I. a IV. ...

V. Concilianet: plataforma digital, a través de la cual, se desahogan los conflictos surgidos entre consumidores y proveedores de bienes y servicios.

ARTÍCULO 6 BIS: Los proveedores considerados como grandes empresas, de acuerdo con la estratificación por número de trabajadores, establecida en la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa o que registren ingresos por más de 100 millones de pesos anuales, estarán obligados a registrarse en la plataforma digital de Concilianet.

ARTÍCULO 99.- La Procuraduría recibirá las quejas o reclamaciones de los consumidores de manera individual o grupal con base en esta ley, las cuales podrán presentarse en forma escrita, oral, telefónica, **a través de la plataforma digital Concilianet** o por cualquier otro medio cumpliendo con los siguientes requisitos:

I. a VI. ...

...

...

ARTÍCULO 111.- La Procuraduría señalará día y hora para la celebración de una audiencia de conciliación en la que se procurará avenir los intereses de las partes, la cual deberá tener lugar, por lo menos, cuatro días después de la fecha de notificación de la reclamación al proveedor. **En el caso de la reclamación interpuesta a través de la plataforma digital Concilianet, la audiencia tendrá lugar dentro de los tres días hábiles posteriores a la fecha de notificación de la reclamación al proveedor.**

La conciliación podrá celebrarse vía telefónica, **a través de la plataforma digital Concilianet** o por otro medio idóneo, en cuyo caso la Procuraduría o las partes podrán solicitar que se confirmen por escrito los compromisos adquiridos.

...

ARTÍCULO 128.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos **6 BIS**, 7, 8, 10, 10 BIS, 12, 44, 63, 63 Bis, 63 Ter, 63 Quintus, 65, 65 Bis, 65 Bis 1, 65 Bis 2, 65 Bis 3, 65 Bis 4, 65 Bis 5, 65 Bis 6, 65 Bis 7, 66, 73, 73 Bis, 73 Ter, 73 Quáter, 73 Quintus, 74, 76 Bis, 80, 86 Bis, 87, 87 Ter, 92, 92 Ter, 98 Bis, y 121 serán sancionadas con multa de \$895.63 a \$3'502,944.91.

Transitorios

Primero. El presente Decreto entrará en vigor a los 90 días de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Las empresas referidas en la fracción V del artículo 6 BIS, tendrán 70 días a partir de la publicación del presente Decreto para concretar su registro en la plataforma digital Concilianet.

Dado en el Salón de Sesiones del Senado de la República, a los 8 días de marzo del 2022.



Roberto Juan Moya Clemente
Senador de la República