

REFORMAS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El pasado 11 de enero se publicó en el Diario Oficial de la Federación (“DOF”) el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor (la “LFPC”), mismas que entran en vigor a partir de esta fecha, con excepción del procedimiento administrativo de ejecución, que entrará en vigor dentro de los 180 días siguientes. A continuación se exponen de manera general las principales adiciones y modificaciones a dicha Ley.

I. Disposiciones Generales.

Una de las principales modificaciones a la LFPC, aplicables a los proveedores de productos y servicios en general, consiste en el incremento del período mínimo de las garantías que se ofrezcan con los bienes o servicios comercializados que ahora pasarán de 60 a 90 días a partir de la entrega del bien o servicio. El mismo período mínimo de garantía deberá aplicar para las reparaciones o mantenimientos realizados a los productos.

Los proveedores no podrán incrementar sus precios de manera injustificada, aún en caso de desastres naturales o contingencias sanitarias. La violación a lo anterior se considerará como una falta particularmente grave para efectos de su sanción.

Asimismo, los proveedores deberán informar (no sólo exhibir) de forma notoria y visible, el monto total a pagar por los productos o servicios ofrecidos.

Se considerará infracción de los proveedores, el impedir u obstaculizar el desarrollo de visitas de verificación y procedimientos de ejecución a cargo de la Procuraduría Federal del Consumidor (“Profeco”).

La Profeco podrá ordenar a los proveedores llevar a cabo llamados a revisión, retirar u ordenar el retiro del mercado de productos que pudieran resultar dañinos o peligrosos para los consumidores, así como emitir alertas sobre productos o servicios defectuosos, dañinos o peligrosos.

II. Operaciones a Crédito.

En la venta de productos o servicios a crédito, en adición a los lineamientos aplicables, se deberán observar las disposiciones en materia de despachos de cobranza publicadas en el DOF el 1 de septiembre de 2015. El incumplimiento de dichas disposiciones será considerado como particularmente grave para efectos de su sanción.

III. Ventas por medios electrónicos.

En las ventas realizadas a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología (e.g. Internet), además de las disposiciones establecidas en el artículo 76 Bis de la LFPC, los proveedores deberán observar la Norma Mexicana (NMX) que al efecto emitirá la Secretaría de Economía dentro de los próximos 9 meses, misma que contendrá, al menos lo siguiente:

- a) Las especificaciones, características, condiciones y/o términos aplicables a los bienes, productos o servicios que se ofrecen;
- b) Mecanismos para que el consumidor pueda verificar que la operación refleja su intención de adquisición de los bienes, productos o servicios ofrecidos y las demás condiciones;
- c) Mecanismos para que el consumidor pueda aceptar la transacción;
- d) Mecanismos de soporte de la prueba de la transacción;
- e) Mecanismos técnicos de seguridad que garanticen la protección y confidencialidad de la información personal del consumidor y de la transacción;

- f) Mecanismos para presentar peticiones, quejas o reclamos, y
- g) Mecanismos de identidad, de pago y de entrega.

IV. Contratos de Adhesión.

En materia de contratos de adhesión, se hace una distinción entre la utilización de contratos de adhesión no registrados, y la utilización de contratos de adhesión distintos a los registrados ante la Profeco, siendo este último supuesto considerado como particularmente grave para efectos de su sanción.

V. Publicidad.

Se encuentra prohibido a los proveedores incluir en la información o publicidad de sus productos o servicios, cualquier leyenda que indique han sido avalados o certificados por instituciones particulares, cuando no se cuente con el soporte documental y científico que avale las cualidades o propiedades del producto o servicio.

Asimismo, los proveedores que lo deseen, previo a su difusión, podrán someter a revisión su publicidad ante la Profeco de manera voluntaria, quien deberá emitir una opinión o vinculante.

Los proveedores ahora podrán utilizar los resultados de encuestas, monitoreos o investigaciones publicadas por la Profeco, con fines publicitarios, siempre y cuando se señale el medio y la fecha de publicación, y se presente de manera completa a los consumidores.

VI. Fiscalización.

A partir de la entrada en vigor de las reformas, la Profeco contará con facultades de fiscalización, es decir, que además de poder determinar e imponer multas y sanciones económicas, las mismas constituirán créditos fiscales y podrá ejecutarlas sin necesidad de recurrir a otra autoridad o instancia, ya que para ello anteriormente debía apoyarse en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

VII. Sanciones.

Las sanciones por incumplimiento a las disposiciones de la LFPC se mantienen prácticamente sin cambios, mismas que van desde

apercibimientos, arresto administrativo hasta por 36 horas, aseguramiento de mercancías, clausura temporal o definitiva de establecimientos, y multas que van de los \$244.36 a los \$2'745,903.07, dependiendo del tipo de falta y las circunstancias del caso en particular. Sin embargo, como ya se mencionó, se adicionaron algunos supuestos considerados como particularmente graves, cuya sanción va de \$141,929.70 a \$3'974,031.62.

En caso de reincidencia los montos mencionados podrían duplicarse, entendiéndose por reincidencia la comisión de 2 o más infracciones a una misma disposición durante 3 años contados a partir de la fecha en que se cometió la primera, siempre que los procedimientos se sustancien ante la misma unidad administrativa de la Profeco o dentro de su misma localidad.

Esperamos que la información anterior les sea de utilidad, reiterándonos a sus órdenes para cualquier duda o comentario con respecto a lo anterior.

La presente nota informativa no constituye, y por lo tanto no deberá ser considerada como, una opinión legal respecto del tema de referencia. Antes de tomar alguna decisión basada en la información anterior, se recomienda solicitar a la firma una opinión en relación a la situación en particular, misma que deberá ser emitida por separado, previo análisis del caso concreto.

© PBP Abogados, S.C., 2018.